









Instituto Politécnico de Tomar

**Escola Superior de Tecnologia de Tomar**

**Carla Sofia Gomes Leite**

**Órgãos de comunicação  
portugueses: comparação entre  
edição impressa e edição on-line.**

Relatório de Estágio

Orientado por:

Luís Filipe Cunha Moreira

Escola Superior de Tecnologia de Tomar

Instituto Politécnico de Tomar

Relatório de Estágio apresentado  
ao Instituto Politécnico de Tomar  
para cumprimento dos requisitos  
necessários à obtenção do Grau de Mestre  
em Design Editorial



**Dedico este trabalho**

às pessoas mais importantes da minha vida, em especial aos meus pais Augusto e Adélia, pelo esforço que fizeram para poder estudar. Ao meu Amor Vítor, pelos momentos de encorajamento, compreensão, paciência e ajuda. E não menos importante, à minha Irmã e Família pelo apoio nesta longa caminhada.







## Resumo

A comunicação é uma das formas de relacionamento entre as pessoas. Sendo os meios de comunicação, um caminho a ser considerado como intermediário técnico nas relações sociais. O jornal destaca-se entre os meios de comunicação, pela sua longevidade, sofrendo evoluções e transformações ao longo dos tempos. Ao longo destes anos, o conceito predefinido de “jornal” foi se perdendo, sofrendo os progressos da atualidade. Existiram vários responsáveis por esta atualização, no caso da era digital, teve grande poder o aparecimento da Internet, evoluindo o conceito referenciado até então, passando o design gráfico a ser um instrumento na reinvenção de fazer Jornalismo. Tudo isto não parou por aí, sofrendo ao longo dos anos ajustes até ao atual momento do aparecimento dos novos formatos digitais, interativos e dinâmicos. Esta questão será a principal referência deste estudo, pretendendo analisar, encontrar e comparar as várias relações entre o formato tradicional (o impresso) com os recentes conceitos digitais, através da imagem. O principal objetivo, será encontrar uma linha que os interligue, ou não, percebendo o que se manteve, ou o que se alterou nesta nova era digital. A análise seguirá as linhas do jornal impresso como referência, comparando graficamente toda a composição e estrutura dos vários formatos, das intenções, das imagens e os vários graus de expressividade na divulgação dos conteúdos.

A recente introdução e a constante evolução deste tema, leva a uma escassez de informação científica, constituindo-se um tema de enorme interesse para futuras pesquisas e análises.

### **Palavras-chave:**

Jornal, digital, interatividade, imagem, comparação.





# Abstract

The communication is one way how people relate with each other. The mass media is a path to be considered as intermediary in their social relations. The newspaper stands strong among all the mass media, thanks to the longevity, the constant evolving and the transformations suffered through time. Over the years, the “newspaper” predefined concept got lost due to the natural progress. There are many responsables for this changes, in this case of the digital era, the Internet rising redefined the previous concept and graphical arts also had part in re-inventing journalism. It didn’t stop there, the adjustment was continuous, digital formats appeared in new dynamic and interactive supports. This question will be the main reference of this study, I intend to analyze, search and compare the several transactions applied between the traditional format (printed) with the recent digital concepts, through images. The main goal, is to find what connects or not, understanding what remained or what changed in this new digital era. The analysis will follow the newspaper as reference, comparing graphically all the composition of the various formats, intentions, images and various levels of expressiveness in content propagation.

The recent insertion and constant evolution of this theme, lead us to a lack of scientific information, making it topic of great interest for future researches and analysis.

## **Keywords**

Newspaper, digital, interactivity, image, comparison.



# Agradecimentos

Após o culminar da mais uma fase académica, só posso agradecer a todos os que acrescentaram um novo carácter na história da minha formação. Agradeço a todos os Professores que durante este mestrado, me transmitiram tantos conhecimentos e me fizeram acreditar que ainda existem docentes com vontade de ensinar e dispostos a partilhar o que a experiência lhes deu. Em particular não podia deixar de agradecer ao Professor Luís Moreira pela disponibilidade e orientação sempre prestada.

À Designer Mónica Damas, pela disponibilidade que demonstrou para uma breve entrevista, complementar para esta análise.

Agradeço à empresa Creative Thinkers, por me receber nas suas instalações para estágio, e proporcionar-me uns meses interessantes e importantes profissionalmente.

Não menos importante agradeço muito, à minha família por todo o apoio e compreensão.

Por último agradeço à Sofia, uma amiga especial, que sempre esteve e está disponível e atenta a todas as minhas interrogações.



# índice

Dedicatória	
Resumo	
Abstract	
Agradecimentos	
Índice	
Índice de imagens	

## Capítulo I

### Atividades desenvolvidas no estágio curricular

1.1 Apresentação da entidade acolhedora	32
- <i>Creative Thinkers</i>	32
1.2 Trabalhos desenvolvidos	34
1.2.1 <i>Websaite</i> Etroca	34
1.2.2 <i>Websaite</i> da Empresa Horainox Aços	35
1.2.3 Charutos & Companhia / Clube de Charutos	36
1.2.4 <i>Website</i> Key2win	37
1.2.5 <i>Website</i> Douro Hog Rally	38
1.2.6 Aplicação para a Quinta das Mineirinhas	39
1.2.7 Aplicação para as Trip Trap Tales	39
1.2.8 Aplicação para as Casio Calculadoras	40
1.2.9 Administração	41
1.2.9 <i>TimeKeeper</i>	41

## Capítulo II

### Introdução

2.1 Enquadramento e objectivos da investigação	45
2.2 Metodologia de investigação	47

## Capítulo III

### Análise gráfica dos vários Jornais

3.1 Jornal "I"	51
3.1.1 Análise dos conteúdos dos aspetos gerais do "Jornal I"	51
3.1.2 Análise dos conteúdos dos aspetos internos do Jornal "I"	56
3.2 Jornal Destak	60
3.2.1 Análise dos conteúdos dos aspetos gerais do Jornal "Destak"	60
3.2.2 Análise dos conteúdos dos aspetos internos do Jornal "Destak"	64

3.3 Jornal “A Bola”	68
3.3.1 Análise dos conteúdos dos aspetos gerais do Jornal "A Bola"	68
3.3.2 Análise dos conteúdos dos aspetos internos do Jornal "A Bola"	70
3.4 Jornal “Expresso”	75
3.4.1 Análise dos conteúdos dos aspetos gerais do Jornal "Expresso"	75
3.4.2 Análise dos conteúdos dos aspetos internos do Jornal "Expresso"	80
3.4.3 Análise dos conteúdos dos aspetos dos cadernos adicionais do Jornal "Expresso"	87
3.5 Jornal “Público”	93
3.5.1 Análise dos conteúdos dos aspetos gerais do Jornal "Público"	93
3.5.2 Análise dos conteúdos dos aspetos internos do Jornal "Público"	101
3.6 Jornal “Diário de Notícias”	110
3.6.1 Análise dos conteúdos dos aspetos gerais do Jornal "Diário de Notícias"	110
3.6.2 Análise dos conteúdos dos aspetos internos do Jornal "Diário de Notícias"	117
3.7 “Jornal de Notícias”	124
3.7.1 Análise dos conteúdos dos aspetos gerais do "Jornal de Notícias"	124
3.7.2 Análise dos conteúdos dos aspetos internos do "Jornal de Notícias"	130
3.8 Jornal “Sol”	140
3.8.1 Análise dos conteúdos dos aspetos gerais do Jornal "Sol"	140
3.8.2 Análise dos conteúdos dos aspetos internos do Jornal "Sol"	145
 Capítulo III	
Conclusão	155
Referências Bibliográficas	158
Glossário	159
Anexos	161

# Índice de Imagens

<b>Img. 1</b>	<b>32</b>
O edifício onde se situa a empresa. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 2</b>	<b>32</b>
Hall de entrada da empresa. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 4</b>	<b>33</b>
Imagem geral da zona de trabalho. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 5</b>	<b>33</b>
Imagem geral de uma das salas da empresa. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 6</b>	<b>33</b>
Sala de reuniões. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 7</b>	<b>33</b>
Objectos publicitários da <i>Creative thinkers</i> . - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 3</b>	<b>33</b>
Local de trabalho da aluna durante o período de estágio. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 8</b>	<b>34</b>
Página <i>Home</i> Etroca. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img.9</b>	<b>34</b>
Páginas internas referentes a uma das secções do menu. Lista de produtos disponíveis para troca.	
<b>Img. 10</b>	<b>35</b>
ícone* da aplicação. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img 11.</b>	<b>35</b>
Imagem antes da se "gostar" da página do Etroca no Facebook. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img 12.</b>	<b>35</b>
Imagem do interior da aplicação nos diferentes momentos do percurso para concorrer. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 13</b>	<b>36</b>
Página Home Horainox Aços. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 14</b>	<b>36</b>
Páginas internas referentes às secções do menu. Lista de produtos disponíveis na empresa. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img.15</b>	<b>36</b>
Logótipo da Marca e respetivos departamentos da mesma. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img.16</b>	<b>37</b>
Cartão cliente. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img.17</b>	<b>37</b>
Página Home Charutos & Companhia / Clube de Charutos. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img.18</b>	<b>37</b>
Páginas internas referentes às secções do menu, Eventos e Celebridades. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img.19</b>	<b>38</b>
Página Home Heyt2win. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 20</b>	<b>38</b>

Páginas internas referentes às secções do menu. Página de produtos disponíveis e página da aplicação para encontrar o melhor produto para o cliente.

**Img. 21** 38

Página Home Douro Hog Rally. - *Imagem do autor*

**Img. 22** 39

Páginas internas referentes às secções do menu. - *Imagem do autor*

**Img. 23** 39

Páginas da aplicação de divulgação da Quinta das Mineirinhas. - *Imagem do autor*

**Img. 24** 40

Páginas da aplicação de divulgação da da viagem das Trip Trap Tales. - *Imagem do autor*

**Img. 25** 40

Páginas da aplicação do concurso para a Casio Calculadoras. - *Imagem do autor*

**Img. 26** 41

Páginas principal da administração. - *Imagem do autor*

**Img. 27** 41

Páginas do projeto *TimeKeeper*. - *Imagem do autor*

**Img. 28** 51

•Impresso e *Web*• Primeira página. - *Imagem do autor*

**Img. 29** 51

•Impresso• Escolha tipográfica, sem serifas. - *Imagem do autor*

**Img. 30** 51

•Impresso• Exceção da escolha tipográfica, passando a ser com serifas. - *Imagem do autor*

**Img. 31** 51

•Impresso• Escolha tipográfica, sem serifas no formato impresso, nos títulos das reportagens. - *Imagem do autor*

**Img. 32** 51

•Impresso• A escolha tipográfica no miolo e subtítulo, que passa a ser com serifas. - *Imagem do autor*

**Img. 33** 52

•*Web*• Exemplo da escolha tipográfica com serifas. - *Imagem do autor*

**Img. 34** 52

•*Web*• Barra do menu, no topo e no final da página. - *Imagem do autor*

**Img. 35** 52

•Impresso e *Web*• Destaques da primeira página. - *Imagem do autor*

**Img. 36** 53

•*Web*• Exemplo de uma secção. - *Imagem do autor*

**Img. 37** 53

•*Web*• Slide principal de destaques. - *Imagem do autor*

**Img. 38** 53

•*Web*• Um destaque inserido na secção Home. - *Imagem do autor*

**Img. 39** 53

•*Web*• Notícia completa referente a um destaque. - *Imagem do autor*

**Img. 40** 54

•Impresso e *Web*• A mesma notícia inserida em secções diferentes (“Home” e no “D Mais Media&Televisão”). - *Imagem do autor*



<b>Img. 41</b>	<b>54</b>
•Impresso• Diferentes Secções. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 42</b>	<b>54</b>
•Web• Diferentes Secções que agrupam destaques na primeira página. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 43</b>	<b>55</b>
•Impresso eWeb• Imagens da mesma publicidade do jornal "I". - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 44</b>	<b>55</b>
•Impresso eWeb• Comparação das várias publicidades nas duas primeiras páginas do jornal. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 45</b>	<b>55</b>
•Impresso• Caderno extra. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 46.</b>	<b>56</b>
•Web• Menu do início e fim da página Home. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 47</b>	<b>56</b>
•Impresso• Exemplo de uma das páginas com notícias, com os seus respetivos títulos, destaques, imagens de diferentes tamanhos e a composição dos textos sobre as colunas da grelha de paginação. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Imagem 21.</b>	<b>57</b>
Exemplo do interior uma das secção do formato web. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 48</b>	<b>57</b>
•Web• Página do conteúdo completo de uma das notícia, do respetivo destaque no menu. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 49</b>	<b>57</b>
•Web• Menus e os seus submenus, aplicados do jornal "I". - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 50</b>	<b>58</b>
•Web• Página respetiva do botão "Opinião". - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 51</b>	<b>58</b>
•Web• Botão "Editorial". - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 52</b>	<b>58</b>
•Impresso eWeb• Respetivas imagens do editorial. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 53</b>	<b>59</b>
•Web• Exemplos de dois dos elementos que compõem a terceira coluna da primeira página. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 54</b>	<b>60</b>
•Impresso eWeb• Primeira página do jornal "Destak". - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 55</b>	<b>61</b>
•Impresso• Escolha tipográfica, sem serifas. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 56</b>	<b>61</b>
•Impresso• Exceção da escolha tipográfica, passa a ser com serifas, no texto corrido da reportagem. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 57</b>	<b>61</b>
•Web• Escolha tipográfica com serifas. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 58</b>	<b>61</b>
•Web• Escolha tipográfica sem serifas nos textos e botões do menu. - <i>Imagem do autor</i>	

<b>Img. 59</b>	<b>61</b>
•Impresso eWeb• Os destaques da primeira página. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 60</b>	<b>61</b>
•Impresso eWeb• Principal destaque. - <i>Imagem do autor</i>	<b>61</b>
<b>Img. 61</b>	<b>62</b>
•Web• Destaque principal. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 62</b>	<b>62</b>
•Web• Exemplo da segunda forma de enquadramento dos destaques na primeira página. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 63</b>	<b>62</b>
•Web• Exemplo do enquadramento mais simples, aplicado aos destaques na primeira página, no formato web. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 64</b>	<b>62</b>
•Impresso eWeb• Exemplo do conteúdo “Globo”. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 63 e 64</b>	<b>63</b>
•Web• Novas secções implementadas. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 65</b>	<b>63</b>
•Impresso• Exemplo das diferentes secções. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 66</b>	<b>63</b>
•Web• Exemplo das diferentes secções. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 67</b>	<b>63</b>
•Web• Secções com os respetivos destaques, no rodapé. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 68</b>	<b>64</b>
•Web e Impresso• Realidade das publicidades nas primeiras páginas. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 69</b>	<b>64</b>
•Impresso e Web• Exemplo da mesma secção nos diferentes formatos. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 70</b>	<b>65</b>
•Impresso• Exemplo dos diversos elementos aplicados para destacar e criar hierarquias nas notícias. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 71</b>	<b>65</b>
•Web• Exemplo de uma reportagem. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 72</b>	<b>66</b>
•Impresso e Web• Exemplo dos apontamentos do editorial. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 73</b>	<b>66</b>
•Impresso e Web• Exemplo do texto editorial. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 74</b>	<b>67</b>
•Impresso• Exemplo dos apontamentos do texto de “Opinião”. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 75</b>	<b>67</b>
•Web• Exemplo da hiperligação do apontamento do editorial na primeira página para o seu texto desenvolvido. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 76</b>	<b>68</b>
•Impresso e Web• Exemplo das primeiras páginas. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 77 e 78</b>	<b>68</b>
•Impresso e Web• Exemplo do logótipo. - <i>Imagem do autor</i>	

<b>Img. 79, 80 e 81</b>	<b>69</b>
•Web• Exemplos dos vários elementos de divulgação dos destaques. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 82</b>	<b>69</b>
•Impresso• Exemplo da escolha tipográfica sem serifas na maioria do conteúdo. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 83</b>	<b>69</b>
•Impresso• Exemplo das exceções nas escolhas tipográficas aplicadas. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 84, 85, 86, 87 e 88</b>	<b>70</b>
•Web• Exemplo dos vários elementos que agrupam e destacam as notícias. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 89</b>	<b>70</b>
•Impresso• Exemplo das secções iniciais. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 90</b>	<b>70</b>
•Impresso• Exemplo de duas reportagens. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 91, 92, 93, 94</b>	<b>71</b>
•Impresso• Exemplo das restantes secções. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 95</b>	<b>71</b>
•Impresso• Exemplo de um texto editorial e um texto de opinião. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 96</b>	<b>72</b>
•Web• Barra de menu. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 97</b>	<b>72</b>
•Web• Exemplo de conteúdos das secções. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 98</b>	<b>73</b>
•Web• Exemplo dos destaques de um dos separadores. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 99</b>	<b>73</b>
•Web• Exemplo de uma reportagem. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 100</b>	<b>74</b>
•Web• Exemplo dos vários elementos que acompanham a coluna mais à direita da grelha de paginação. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 101</b>	<b>75</b>
•Impresso, Tablet, Web e Mobile• Primeiras páginas do jornal Expresso. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 102</b>	<b>76</b>
•Impresso e Tablet• A mesma reportagem. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 103</b>	<b>77</b>
•Impresso• Exemplo de destaques referentes aos outros cadernos do Jornal. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 104</b>	<b>77</b>
•Impresso• Exemplo de destaques que aplicam tipos de letras diferentes. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 105</b>	<b>77</b>
•Tablet• Barra superior, composta por destaques de notícias dos cadernos extras. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 106</b>	<b>78</b>
•Impresso e Tablet• Exemplos dos destaques da coluna referente às notícias de última hora. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 107</b>	<b>78</b>
•Impresso e Tablet• A notícia de maior destaque. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 108</b>	<b>78</b>
•Tablet e Impresso• Destaques com a respetiva Imagem. - <i>Imagem do autor</i>	

<b>Img. 109</b>	<b>79</b>
•Web• Exemplo do Layout. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 110</b>	<b>79</b>
•Web• Layout completo da coluna mais à direita da página Home do formato Web. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 111</b>	<b>79</b>
•Web• Exemplos dos tipos de letra aplicados nos destaques. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 112</b>	<b>80</b>
•Mobile• Destaques neste formato. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 113</b>	<b>80</b>
•Impresso e Tablet• Comparação dos sumários. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 114</b>	<b>81</b>
•Impresso e Tablet• Comparação das escolhas tipográficas nos destaques dos texto de opinião. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 115</b>	<b>81</b>
•Impresso e Tablet• Comparação de um texto de opinião na integra. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 115</b>	<b>82</b>
•Web• Secção "Opinião". - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 116</b>	<b>82</b>
•Impresso• Escolha tipográfica sem serifas nos títulos e com serifas no corpo do texto. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 117</b>	<b>82</b>
•Tablet• Escolha tipográfica sem serifas nos títulos, antetítulos e entrada. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 118</b>	<b>82</b>
•Tablet• Escolha tipográfica em outro destaque, com serifas nos títulos, antetítulos e entrada. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 119</b>	<b>83</b>
•Impresso e Tablet• Secção "Destaques" do formato impresso e tablet. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 120</b>	<b>83</b>
•Tablet e Impresso• Cabeçalhos das reportagens. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 121</b>	<b>84</b>
•Tablet• Menu de navegação. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 122</b>	<b>84</b>
•Tablet e Impresso• Contextualização da ficha técnica. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 123</b>	<b>84</b>
•Web• Menu. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 124</b>	<b>84</b>
•Mobile• Menu. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 125</b>	<b>85</b>
•Impresso• Grelha de paginação. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 126</b>	<b>85</b>
•Tablet• Grelha de paginação. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 127</b>	<b>86</b>
•Tablet• Exemplo de uma reportagem quando se coloca na vertical. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 128</b>	<b>87</b>

•Web• Grelha da paginação. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 129</b>	<b>87</b>
•Mobile• Grelha de paginação. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 130</b>	<b>88</b>
•Tablet• Primeiras páginas e capas dos cadernos suplementares. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 131</b>	<b>88</b>
•Tablet• Exemplo da interatividade da capa. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 132</b>	<b>88</b>
•Tablet• Exemplo da interatividade de uma das reportagens. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 133</b>	<b>89</b>
•Tablet• Exemplo da interatividade de uma das reportagens. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 134</b>	<b>89</b>
•Tablet• Exemplo da interactividade de algumas reportagens. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 135</b>	<b>90</b>
•Impresso e Tablet• Exemplo do sumário. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 136</b>	<b>90</b>
•Tablet• Exemplo do sumário no caderno Economia. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 137</b>	<b>90</b>
•Tablet• Exemplo de duas das reportagens. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 138</b>	<b>91</b>
•Impresso e Tablet• Exemplos do sumário do caderno Actual. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 139</b>	<b>91</b>
•Impresso e Tablet• Exemplo do conteúdo "Cartaz". - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 140</b>	<b>92</b>
•Tablet• Exemplo das secções extra. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 141</b>	<b>92</b>
•Tablet• Exemplo da interação das notícias no formato tablet dos cadernos "Emprego" e o "Espaço e Casa". - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 142</b>	<b>93</b>
•Impresso, Tablet, Web e Mobile• Exemplo das primeiras páginas dos diferentes formatos do jornal o "Público". - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 143</b>	<b>94</b>
•Impresso• Comparação da primeira página do jornal o "Público" antes e depois do redesign. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 144</b>	<b>95</b>
•Impresso• Comparação das informações editortiais do jornal o Público antes e depois do redesign. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 145</b>	<b>95</b>
•Impresso• Escolha tipográfica aplicada no título com mais destaque da edição, e nos restantes destaques. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 146</b>	<b>95</b>
•Impresso• Exemplos das diferentes formas de criar destaque. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 147</b>	<b>96</b>
•Tablet• Exemplos da primeira página. - <i>Imagem do autor</i>	

<b>Img. 148 e 149</b>	<b>96</b>
• <i>Tablet</i> • Exemplo da tipografia aplicada. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 150</b>	<b>97</b>
• <i>Mobile</i> • Exemplo da primeira página. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 151</b>	<b>97</b>
• <i>Mobile</i> • Exemplo do primeiro destaque. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 152</b>	<b>97</b>
• <i>Mobile</i> • Exemplo dos restantes destaques. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 153</b>	<b>98</b>
• <i>Mobile</i> • Exemplos das escolhas tipográficas com serifas. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 154</b>	<b>98</b>
• <i>Mobile</i> • Exemplos das escolhas tipográficas sem serifas. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 155</b>	<b>98</b>
• <i>Web</i> • Exemplos da primeira página. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 156</b>	<b>99</b>
• <i>Web</i> • Exemplos dos diferentes destaques aplicados no formato web. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 157</b>	<b>99</b>
• <i>Web</i> • Exemplo de uma das publicidades aplicadas. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 158</b>	<b>99</b>
• <i>Web</i> • Barra de menu. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 159</b>	<b>100</b>
• <i>Web</i> • Exemplo das secções que agrupam destaques ao longo da primeira página. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 160</b>	<b>100</b>
• <i>Web</i> • Exemplo de um mesmo destaque em diferentes momentos. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 161</b>	<b>101</b>
• <i>Web</i> • Escolha tipográfica. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 162</b>	<b>101</b>
• <i>Web</i> • Exemplo da escolha cromática, nos textos de entrada. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 163</b>	<b>101</b>
• <i>Web</i> • Exemplo da escolha cromática, nos títulos. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 164</b>	<b>101</b>
• <i>Web</i> • Exemplo da escolha cromática, nos subtítulos e assinaturas das imagens. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 165</b>	<b>102</b>
• <i>Impresso, Web e Mobile</i> • Exemplo das várias secções nos diferentes formatos. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 166</b>	<b>102</b>
• <i>Impresso</i> • Exemplo da grelha de paginação. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 167</b>	<b>103</b>
• <i>Impresso</i> • Exemplo das exceções das escolhas tipográficas. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 168</b>	<b>103</b>
• <i>Impresso</i> • Exemplo da cor preta aplicada, nas reportagens. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 169</b>	<b>104</b>
• <i>Impresso</i> • Exemplo da escolha cromática, numa das secções. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 170</b>	<b>104</b>
• <i>Impresso</i> • Exemplo dos diferentes destaques entre as reportagens. - <i>Imagem do autor</i>	

<b>Img. 171</b>	<b>104</b>
• <i>Tablet, Mobile e Web</i> • Exemplo da hiperligação do destaque de uma reportagem para o texto completo.	
- <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 172</b>	<b>105</b>
• <i>Tablet</i> • Exemplo da grelha de paginação com o tablet na vertical e na horizontal. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 173</b>	<b>106</b>
• <i>Tablet</i> • Exemplo de um destaque com maior impacto. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 174</b>	<b>106</b>
• <i>Tablet</i> • Exemplo da grelha de paginação de uma reportagem no <i>tablet</i> na vertical e na horizontal. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 175</b>	<b>107</b>
• <i>Mobile</i> • Exemplo do texto completo de uma reportagem. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 176, 177 e 178</b>	<b>107</b>
• <i>Mobile</i> • Exemplo das exceções da escolha tipográficas. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 179</b>	<b>107</b>
• <i>Mobile</i> • Exemplo da alteração cromática e formal de um título no contexto de destaque para a transição de reportagem completa. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 180</b>	<b>107</b>
• <i>Mobile</i> • Exemplo da alteração cromática e formal de uma entrada no contexto de destaque para a transição de reportagem completa. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 181</b>	<b>108</b>
• <i>Web</i> • Exemplo da passagem do destaque de uma notícia para o seu texto completo. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 182, 183 e 184</b>	<b>108</b>
• <i>Web</i> • Exemplo da escolha Cromática, aplicada nos destaques. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 185</b>	<b>109</b>
• <i>Web</i> • Exemplo da escolha tipográfica aplicadas nas reportagens. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 186</b>	<b>110</b>
• <i>Impresso, Web, Tablet e Mobile</i> • Os diferentes formatos do jornal Diário de Notícias. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 187</b>	<b>111</b>
• <i>Impresso</i> • Exemplo das exceções das escolhas tipográficas, nos destaques da primeira página. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 188</b>	<b>111</b>
• <i>Impresso</i> • Exemplo dos destaques da primeira página. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 189</b>	<b>112</b>
• <i>Tablet</i> • Botão "Configurar". - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 190</b>	<b>112</b>
• <i>Tablet</i> • Aplicação no formato tablet, que permite manipular o conteúdo que o leitor pretende ter acesso. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 191</b>	<b>112</b>
• <i>Tablet</i> • Exemplo de um conjunto de destaques correspondentes à secção "Destaques". - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 192</b>	<b>113</b>
• <i>Tablet</i> • Duas das cores de duas das secções. - <i>Imagem do autor</i>	

<b>Img. 193</b>	<b>113</b>
• <i>Tablet</i> • A escolha tipográfica dos títulos. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 194</b>	<b>113</b>
• <i>Tablet</i> • A escolha tipográfica dos antetítulos. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 195</b>	<b>113</b>
• <i>Tablet</i> • A escolha tipográfica excertos das entradas. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 196</b>	<b>113</b>
• <i>Tablet</i> • A escolha tipográfica das secções. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 197</b>	<b>113</b>
• <i>Tablet</i> • Exemplo das escolhas cromáticas aplicadas, e a localização da publicidade. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 198</b>	<b>114</b>
• <i>Mobile</i> • Exemplo do destaque com mais realce na primeira página do formato mobile. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 199</b>	<b>114</b>
• <i>Mobile</i> • Exemplo dos restantes destaques da primeira página. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 200</b>	<b>115</b>
• <i>Web</i> • Exemplo da grelha de paginação no formato web. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 201</b>	<b>115</b>
• <i>Web</i> • Exemplos dos conteúdos das colunas de texto mais à esquerda e no centro. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 202</b>	<b>116</b>
• <i>Web</i> • Exemplo do conteúdo da coluna de texto mais à direita. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 203</b>	<b>116</b>
• <i>Web</i> • Exemplo das variações escolhas tipográficas. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 204</b>	<b>117</b>
• <i>Web e Mobile</i> • Exemplos dos formatos nos quais a cor azul é predominante. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 205</b>	<b>117</b>
• <i>Tablet e Web</i> • Exemplos de uma das diferentes cores disponíveis nas secções. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 206</b>	<b>118</b>
• <i>Impresso</i> • Exemplo da grelha de paginação. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 207</b>	<b>118</b>
• <i>Impresso</i> • Exemplos das escolhas tipográficas sem serifas. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 208</b>	<b>119</b>
• <i>Impresso</i> • Exemplos dos elementos que marcam o início das reportagens. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 209</b>	<b>119</b>
• <i>Tablet</i> • Exemplos dos elementos que acompanham a reportagem. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 210</b>	<b>119</b>
• <i>Tablet</i> • Exemplos do link para aceder às restantes notícias referenciadas na secção em questão. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 211</b>	<b>120</b>
• <i>Mobile</i> • Exemplos de uma reportagem. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 212</b>	<b>120</b>
• <i>Web</i> • Exemplo das várias aplicações disponíveis para a interação na reportagem. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 213</b>	<b>121</b>
• <i>Web</i> • Exemplo de uma reportagem com os diferentes conteúdos. - <i>Imagem do autor</i>	



<b>Img. 214</b>	<b>121</b>
• <i>Web</i> • Exemplo da escolha tipográfica nos antetítulos e texto corrido. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 215</b>	<b>121</b>
• <i>Web</i> • Exemplo da escolha tipográfica nos títulos, destaques das notícias, entradas das mesmas e lista de destaques. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 216</b>	<b>122</b>
• <i>Tablet e web</i> • Exemplo da escolha tipográfica nos textos de entrada. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 217</b>	<b>122</b>
• <i>Mobile</i> • Exceção da escolha tipográfica no formato <i>Mobile</i> . - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Imag. 218</b>	<b>122</b>
• <i>Tablet e Mobile</i> • Exemplo das páginas disponíveis nos formatos tablet e mobile que permitem visualizar a primeira página do formato impresso. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 219</b>	<b>123</b>
• <i>Tablet</i> • Comparação da mesma imagem, nas diferentes páginas. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 220</b>	<b>124</b>
• <i>Impresso, Web, Tablet e Mobile</i> • Exemplo das primeiras páginas nos diferentes formatos. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 221</b>	<b>125</b>
Exemplo do formato <i>E-paper</i> . - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 222</b>	<b>125</b>
• <i>Impresso</i> • Exemplos dos diferentes destaques da primeira página. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 225</b>	<b>126</b>
• <i>Impresso</i> • Exemplo dos elementos que se mantêm constantes nas diferentes edições, alterando apenas o seu conteúdo. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 226</b>	<b>127</b>
• <i>Tablet</i> • Exemplo de um dos destaques do formato tablet. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 227</b>	<b>127</b>
• <i>Tablet</i> • Exemplo dos destaques da secção "Vídeo". - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 228</b>	<b>127</b>
• <i>Tablet</i> • Exemplo dos botões de interação e acesso aos novos serviços disponíveis. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 229</b>	<b>127</b>
• <i>Tablet</i> • Exemplo do menu que possibilita a reorganização das secções. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 230</b>	<b>128</b>
• <i>Mobile e Web</i> • Exemplo da escolha tipográfica, com serifas no menu das secções assim como nos títulos dos destaques. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 231</b>	<b>128</b>
• <i>Mobile e Web</i> • Exemplo da escolha tipográfica, sem serifas nas entradas e numa parte do menu do formato web. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 232</b>	<b>128</b>
• <i>Mobile</i> • Exemplo do formato <i>Mobile</i> . - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 233</b>	<b>129</b>
• <i>Mobile</i> • Botão que permite ver a primeira página do formato impresso, no formato <i>Mobile</i> . - <i>Imagem do autor</i>	
<b>img. 234</b>	<b>129</b>

• <i>Mobile</i> • Botão que possibilita atualizar do conteúdo informativo. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>img. 335</b>	<b>129</b>
• <i>Mobile</i> • Acesso aos novos serviços disponíveis. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Imag. 236</b>	<b>129</b>
• <i>Mobile</i> • Botão que possibilita editar os conteúdos. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 237</b>	<b>130</b>
• <i>Web</i> • Exemplo da aplicação interativa que permite ao leitor selecionar a informação por distritos. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 238</b>	<b>130</b>
• <i>Web</i> • Exemplo da uma outra aplicação interativa que permite ao leitor selecionar informação por distritos. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 239</b>	<b>130</b>
Símbolos, icons que têm como objetivo criar destaque, ao longo das reportagens do formato impresso. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 240</b>	<b>131</b>
• <i>Impresso</i> • Exemplo de uma página da notícias do formato impresso. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 241</b>	<b>132</b>
• <i>Impresso</i> • Exemplo das secções. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 242</b>	<b>132</b>
• <i>Impresso</i> • Exemplo dos destaques aplicados entre as reportagens. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 243</b>	<b>132</b>
• <i>Tablet</i> • Escolhas tipográficas e cromáticas. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 244</b>	<b>133</b>
• <i>Tablet</i> • Exemplo de um tipo de letra não serifado e a preto, no formato impresso. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 245</b>	<b>133</b>
• <i>Tablet</i> • Exemplo dos dois apontamentos de cor a vermelho no formato tablet. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 246</b>	<b>133</b>
• <i>Tablet</i> • Exemplo dos botões de interação do leitor com o texto das reportagens do formato tablet. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 247</b>	<b>134</b>
• <i>Tablet</i> • Exemplo da aplicação inserida na página da reportagem para fornecer mais destaques dessa mesma secção. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 248</b>	<b>134</b>
• <i>Tablet</i> • Exemplo da secção “Vídeo”. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 249</b>	<b>135</b>
• <i>Mobile</i> • Exemplo do menu com determinadas secção. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 250</b>	<b>135</b>
• <i>Mobile</i> • Destaques informativos. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 251</b>	<b>135</b>
• <i>Mobile</i> • Exemplo da escolha tipográfica com serifas. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 252</b>	<b>135</b>
• <i>Mobile</i> • Exemplo da escolha tipográfica sem serifas. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 253</b>	<b>136</b>

• <i>Mobile</i> • Exemplo das escolhas tipográficas nos destaques relacionados com a reportagem em questão. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 254</b>	<b>136</b>
• <i>Mobile</i> • Exemplo dos botões de interação do leitor com o texto das reportagens do formato mobile. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 255</b>	<b>136</b>
• <i>Web</i> • Menu. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 256</b>	<b>137</b>
• <i>Web e Impresso</i> • Exemplo das secções de “Opinião”. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 257</b>	<b>138</b>
• <i>Impresso, Tablet, Mobile e Web</i> • Exemplos das várias formas de aceder aos conteúdos. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 258</b>	<b>140</b>
• <i>Impresso, Web, Online e Digital</i> • Exemplos das primeiras páginas dos diferentes formatos. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 259</b>	<b>141</b>
• <i>Impresso</i> • Exemplo da escolha tipográfica com serifas. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 260</b>	<b>141</b>
• <i>Impresso</i> • Exemplos de exceções das escolhas tipográficas. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 261</b>	<b>142</b>
• <i>Impresso</i> • Exemplos das publicidades da primeira página. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 262</b>	<b>142</b>
• <i>Digital</i> • Exemplos da primeira página. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 263</b>	<b>143</b>
• <i>Online</i> • Exemplos da página de destaques do formato digital. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 264</b>	<b>144</b>
• <i>Web</i> • Exemplo do principal destaque. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 265</b>	<b>144</b>
• <i>Web</i> • Exemplos dos destaques seguintes ao principal. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 266</b>	<b>144</b>
• <i>Web</i> • Restantes destaques da página inicial do formato web. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 267</b>	<b>145</b>
• <i>Web</i> • Exemplos dos elementos inseridos na coluna mais à direita da página. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 268</b>	<b>145</b>
• <i>Impresso</i> • Exemplos das diferentes secções. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 269, 270 e 271</b>	<b>146</b>
• <i>Impresso</i> • Exemplos das escolhas tipográficas. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Imagem 272.</b>	<b>147</b>
• <i>Impresso</i> • Exemplos do texto de opinião. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 273</b>	<b>148</b>
• <i>Digital</i> • Exemplos da primeira página do formato tablet na posição vertical e horizontal. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Imagem 274.</b>	<b>149</b>
• <i>Digital</i> • Exemplos da página do índice nas diferentes posições do tablet. - <i>Imagem do autor</i>	

<b>Img. 275</b>	<b>149</b>
•Digital• Botão interativo. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 276</b>	<b>150</b>
•Digital• Exemplo da página de uma reportagem. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 277</b>	<b>150</b>
•Digital• Exemplo da página do texto de opinião no formato digital. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 278</b>	<b>151</b>
•Digital• Exemplo da página “MAIS NO SOL”. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 279</b>	<b>151</b>
•Impresso e Digital• Comparação da mesma notícia no formato impresso com o formato digital. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 280</b>	<b>152</b>
•Digital• Junção dos vários conteúdos do mesmo autor numa única página. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 281</b>	<b>152</b>
•Digital• Exemplo da barra de menu interativa. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 282</b>	<b>153</b>
•Online• Exemplo da janela (pop-up) com o conteúdo da reportagem. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 283</b>	<b>153</b>
•Online• Exemplo da grelha de paginação. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 284</b>	<b>154</b>
•Online• Exemplo da página da secção “Vídeo” no formato online. - <i>Imagem do autor</i>	
<b>Img. 285</b>	<b>154</b>
•Web• Exemplo da primeira página e respetiva reportagem. - <i>Imagem do autor</i>	

## Capítulo I

Atividades desenvolvidas no estágio curricular

## 1.1 Apresentação da entidade acolhedora

### - *Creative Thinkers*

O presente estudo tem como objetivo, numa primeira fase, fazer uma descrição sucinta e esclarecedora das atividades desenvolvidas pela aluna durante o período de estágio curricular.

O estágio em questão decorreu no período de 5 de Setembro de 2011 a 05 de Março de 2012 na empresa *Creative Thinkers* e está integrado no 2.º ano de Mestrado em Design Editorial do Instituto Politécnico de Tomar.

Img. 1

O edifício onde se situa a empresa.



A marca CreativeThinkers foi registada em 2008 e, desde então, a empresa foi crescendo em experiência, formação e clientes. Foi fundada por Tânia Oliveira e Rui Couto, encontrando-se hoje em atividade no Aguda parque Largo de Arcozelo, 76 Edifício 12, Fração K 4410-455 Arcozelo.

Img. 2

Hall de entrada da empresa.





As atividades desenvolvidas por esta empresa focam-se essencialmente na Soluções, globais para presença *online*, Gestão de redes sociais, Soluções de Marketing\*, Consultoria, *Software* por medida, *Outsourcing*, e aplicações interativas para vários suportes.

Para além disso, a Creative Thinkers concebe ainda trabalhos na área do design gráfico, tais como cartazes, brochuras, identidades gráficas de empresas.

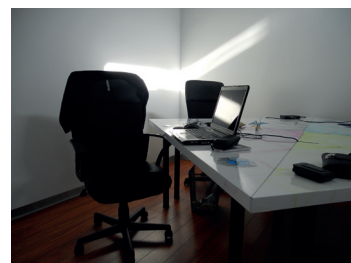
**Img. 3**

Local de trabalho da aluna durante o período de estágio.



**Img. 4**

Imagem geral da zona de trabalho.

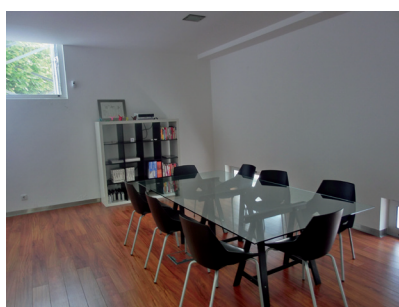


A orientação do estágio esteve a cargo do Professor Luís Filipe Moreira e a supervisão interna do mesmo foi feita pelo Engenheira Tânia Oliveira, diretora gerente da empresa.



**Img. 5**

Imagem geral de uma das salas da empresa.



**Img. 6**

Sala de reuniões.



**Img. 7**

Objectos publicitários da *Creative thinkers*.

\* Todas as palavras com este símbolo estão devidamente definidas no capítulo "Glossário".

## 1.2 Trabalhos desenvolvidos

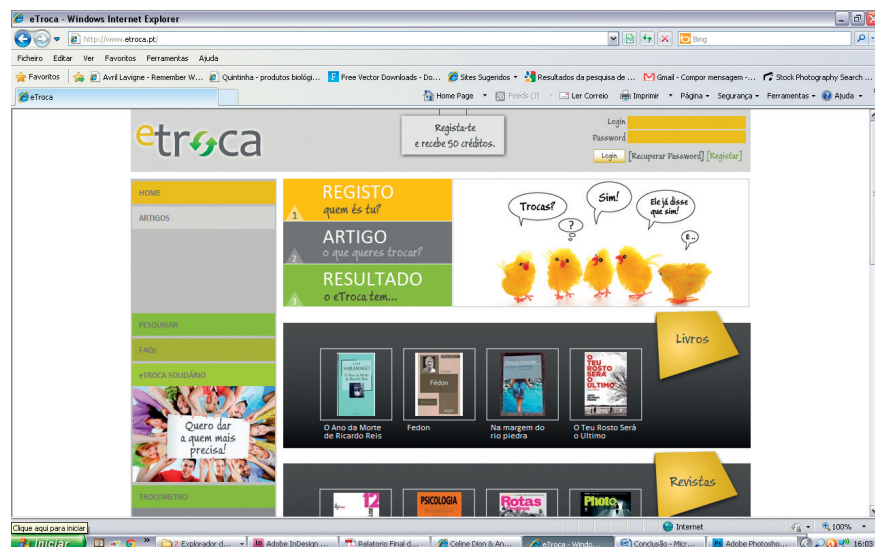
Ao longo do estágio foi proposto a conceção de vários projetos, com vários graus de desenvolvimento. Maioritariamente os trabalhos percorrem a área *web*/digital, sendo contudo, executados pela estagiária projetos mais pequenos de outras áreas do design.

Por uma questão coerência de espaço, será fornecido apenas os trabalhos de maior impacto para a estagiária.

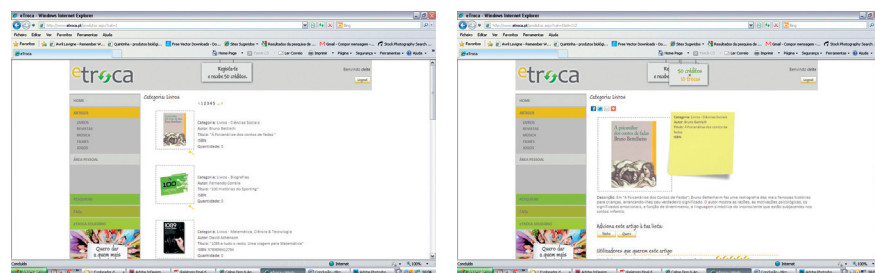
### 1.2.1 Websaite Etroca

O Etroca, foi o primeiro trabalho realizado pela aluna no decorrer do estágio, sendo um projeto longo e cheio de pormenores para facilitar a compreensão do funcionamento pelo utilizador. O conceito foi criado pela Creative thinkers em parceria com um outro colaborador externo. Os elementos base (logótipo\*, cores, escolhas tipográficas\*) foram criados pelo departamento de design, antes da aluna iniciar o estágio, sendo tudo o resto da sua autoria.

Img. 8  
Página Home Etroca.



Img.9  
Páginas internas referentes a uma das secções do menu. Lista de produtos disponíveis para troca.



Dentro deste projeto surgiu um conjunto diversificado de outros trabalhos, sendo o último e ainda em testes, a criação de uma aplicação para um concurso a decorrer na página\* correspondente do Facebook.

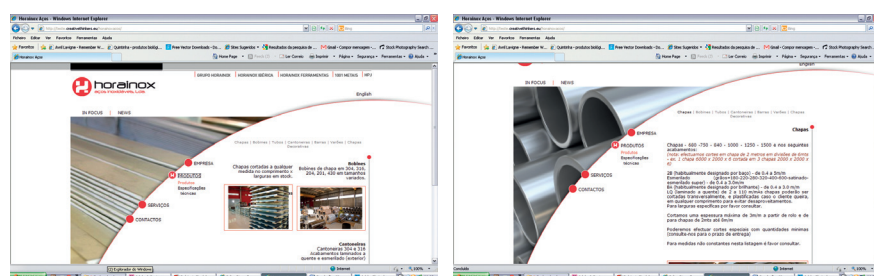




Img. 13  
Página Home Horainox Aços.



Img. 14  
Páginas internas referentes às secções do menu. Lista de produtos disponíveis na empresa.

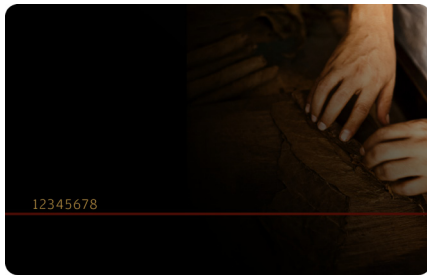


### 1.2.3 Charutos & Companhia / Clube de Charutos

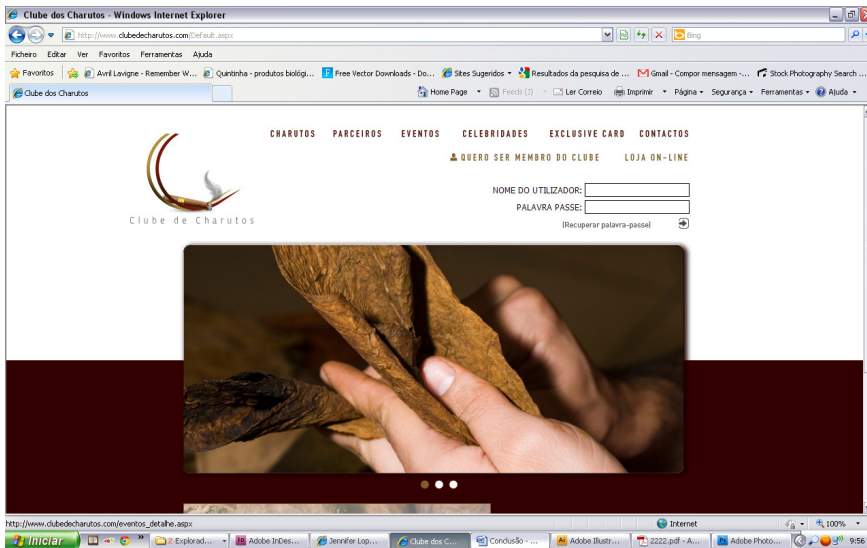
Dentro deste projeto foram propostos vários desafios à aluna, percorrendo as a área do design gráfico, na criação do logótipo para a marca e o respetivo cartão cliente, assim como, da área do web design, quando sugerido o execução do website.

Img.15  
Logótipo da Marca e respetivos departamentos da mesma.

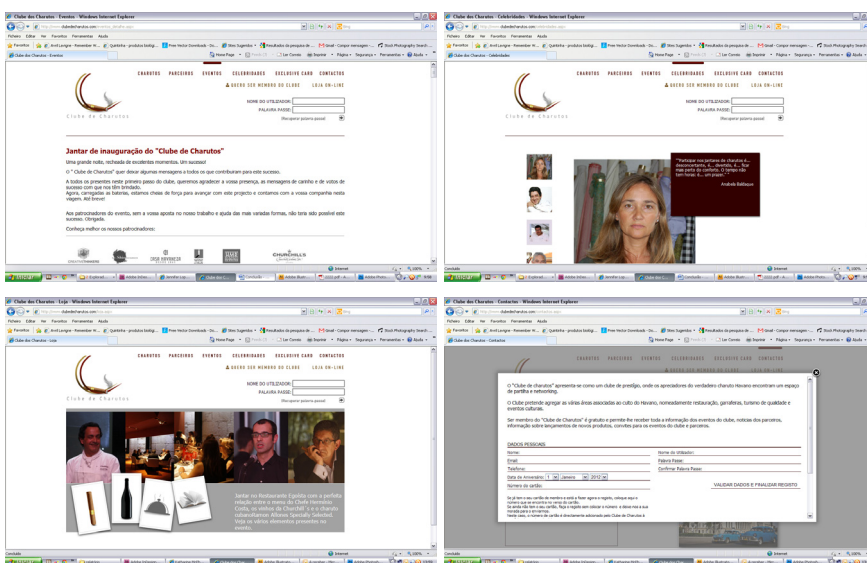




Img.16  
Cartão cliente.



Img.17  
Página Home Charutos & Companhia /  
Clube de Charutos.



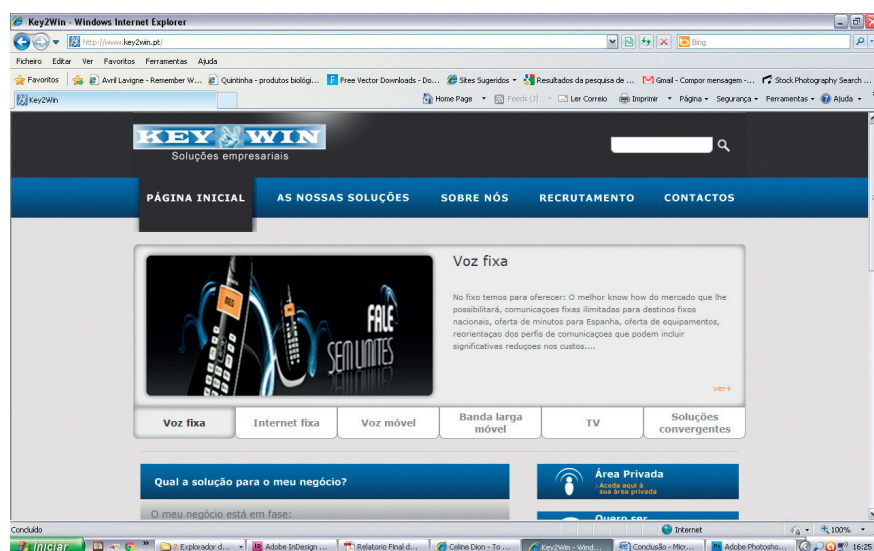
Img.18  
Páginas internas referentes às  
secções do menu, Eventos e  
Celebidades.

#### 1.2.4 Website Key2win

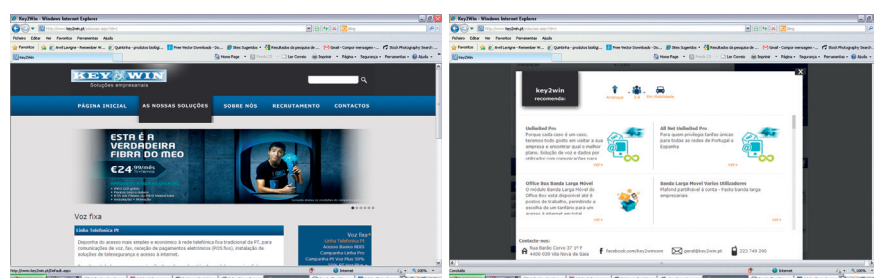
Na criação deste *website* a aluna teve de ter em conta tratar-se de uma página exclusiva de divulgação promocional dos produtos da empresa, contendo diversas aplicações para esse fim.



Img.19  
Página Home Heyt2win.



Img. 20  
Páginas internas referentes às secções do menu. Página de produtos disponíveis e página da aplicação para encontrar o melhor produto para o cliente.



### 1.2.5 Website Douro Hog Rally

Este projeto para a aluna fugiu do conceito base criado para um website, visto ser um elemento de divulgação e meio de inscrição do evento até este se concretizar. Pretendia-se transmitir o espírito do grupo e assim como, demonstrar o mais eficaz e direto possível do que se tratava

Img. 21  
Página Home Douro Hog Rally.





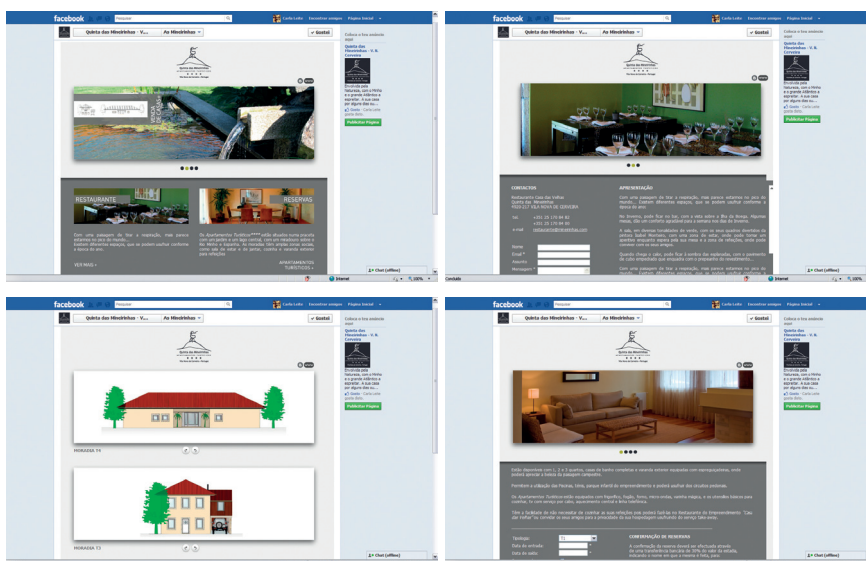
Img. 22  
Páginas internas referentes às  
secções do menu.

### 1.2.6 Aplicação para a Quinta das Mineirinhas

Na Creative Thinkers a aluna teve a possibilidade de ter contato como nova realidade. As novas aplicações para as redes sociais são muito requisitadas para divulgação e meio de interação do cliente com a marca.

Do ramo das aplicações, a Quinta das Mineirinhas foi o primeiro trabalho realizado pela aluna. O principal objetivo era divulgar a casas em Exploração Turística de quatro estrelas, para aluguer ou vender e o restaurante.

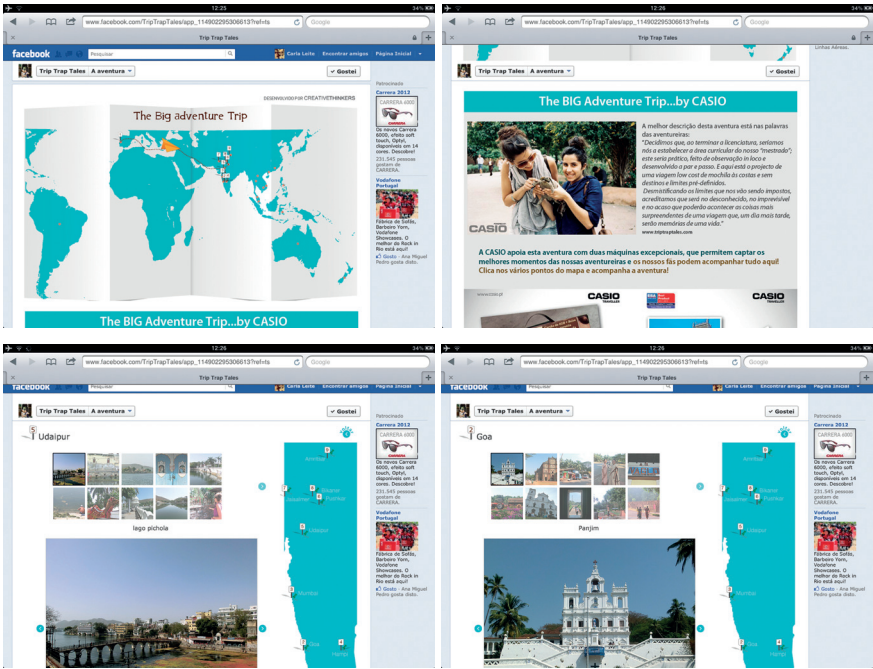
Img. 23  
Páginas da aplicação de divulgação da  
Quinta das Mineirinhas.



### 1.2.7 Aplicação para as Trip Trap Tales

As Tip Trap Tales, são duas Jovens recém-licenciadas, que decidiram partir à aventura pelo mundo. Procuraram vários patrocínios para a sua viagem, sendo a Creative Thinkers responsável pela página web e aplicação para o facebook. Esta aplicação ficou a cargo da aluna e mantem-se em constante atualização, visto seguir o percurso das Aventureiras.

Img. 24  
 Páginas da aplicação de divulgação da da viagem das Trip Trap Tales.



### 1.2.8 Aplicação para as Casio Calculadoras

A aplicação para a Casio Calculadoras, tinha como objetivo criar um concurso de fotografias entre os utilizadores da página criando interação e dinamismo.

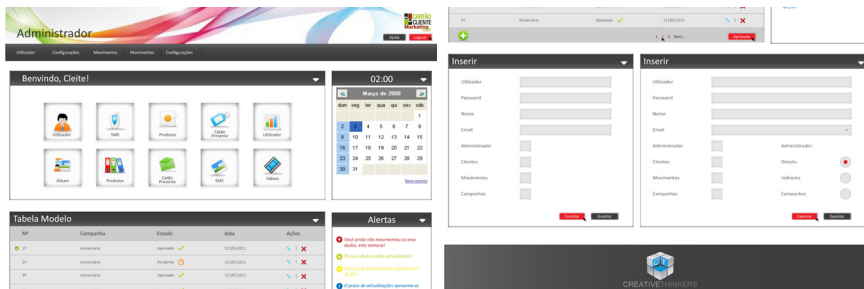
Img. 25  
 Páginas da aplicação do concurso para a Casio Calculadoras.



### 1.2.9 Administração

A *Creative Thinkers* proporciona aos seus clientes juntamente com o *website* uma página de administração/gestor de conteúdos, permitindo uma autónoma na inserção e alteração dos conteúdos.

A aluna teve como proposta, redesenhar a página da administração já existente na empresa.



Img. 26  
Páginas principal da administração.

### 1.2.9 TimeKeeper

A *Creative Thinkers* como empresa criativa, pretende marcar a diferença, procurando encontrar conteúdo importantes e que melhorem o trabalho dos seus cliente. Dentro de muitos projetos, surge o *TimeKeeper*, trabalho ainda em construção mas no qual a aluna teve a responsabilidade de criar a imagem gráfica de todo o projeto.



Img. 27  
Páginas do projeto *TimeKeeper*.





## Capítulo II

### Introdução



## 2.1 Enquadramento e objectivos da investigação

Os meios de comunicação têm uma elevada importância no quotidiano da sociedade. São uma das formas de interação entre as pessoas e o meio que os envolve. Surge como modo de transmitir e conduzir a informação, para os diferentes destinos para o qual foram seleccionados. Dentro destes meios de comunicação, existe o Jornal, uma grande ferramenta na divulgação informativa, que tem vindo a sofrer grandes alterações formais e conceptuais ao longo dos tempos.

No século XXI é visível no jornal impresso, uma mudança nos seus processos, existindo uma alteração e adaptação às transformações tecnológicas ocorridas nos últimos anos. A crescente participação da *Internet* como fonte\* de informação origina, uma consequente diminuição da importância dos jornais impressos junto do público leitor. Assim sendo, houve uma procura de adaptação do conceito pré definido sobre o jornal impresso, para uma produção mais digital e tecnológica, captando o leitor mais moderno. Nesta grande transição, o design editorial passa a ter ainda mais responsabilidades, no que diz respeito à expressividade das notícias e à forma como cativa o público.

*“Vivemos num cenário de media, cada vez mais fragmentado. Isto tem uma forte influência sobre nós, como consumidores, mas também nos faz muitas exigências, enquanto designers e directores de arte.” (Mark Porter, CIDAG 2010)*

A adaptação da informação jornalística às novas tecnologias e suportes, tem de ser efetuada de uma forma sedutora, no qual a expressividade gráfica e a organização temática, venha a persuadir ou a seduzir o leitor para um retorno ao consumo informativo, característica presente em outros tempos mais remotos. Esta adaptação do conteúdo, tem agora uma gama mais vasta de suportes: a *internet*, os *Smart Phones* e os *Tablet*. O formato impresso não deixou, no entanto, de se revolucionar e de alterar o seu grafismo sempre com o intuito de cativar o público e de expressar da melhor forma os conteúdos informativos adaptando-o aos novos tempos.

*“Da impressão à Net e ao telemóvel, isto significou uma redução de âmbito e de oportunidades. Mas, com a chegada dos tablets, podemos finalmente ter oportunidade para começar a fazer verdadeiro design editorial no ambiente digital.” (Mark Porter, CIDAG 2010)*

Este estudo visa analisar esta grande revolução jornalística, retirando pontos fundamentais que unam, ou não, os vários formatos nos quais foram aplicados o mesmo Jornal. A recolha e análise dos diferentes jornais e seus formatos visa:

- Perceber quais os aspetos que diferenciam os diferentes formatos de um mesmo jornal;
- Encontrar uma linha condutora ou distinta, entre os elementos que os caracterizam;

Compreender e justificar (através de imagens) de que forma, dentro dos vários formatos se efetuou a adaptação da mesma informação às várias grelhas\* de paginação de cada suporte.

Com este estudo, pretende-se contribuir com novos conhecimentos, dentro deste tema tão recente e sempre em constante atualização e adaptação, à evolução da própria tecnologia.

## 2.2 Metodologia de investigação

Este estudo baseou-se na recolha, seleção e análise das informações agrupadas durante a fase de pesquisa dos vários jornais nacionais. Para além da recolha iconográfica considerada para o estudo, foi também elaborada uma entrevista à Designer Mónica Damas, colaboradora da criação gráfica do formato digital (*Ipad*), do jornal Expresso, estando presente desde a sua primeira edição.

A composição de toda a base comparativa, seguirá determinados itens específicos que deverão sustentar o desenvolvimento do trabalho:

1. Recolha fotográfica e digital dos diferentes formatos dos jornais e revistas nacionais (papel, *Web*, *E-paper*, *Tablet* e *Mobile*);
2. Analisar essa comparação entre os formatos através da utilização de exemplos iconográficos dos órgãos de comunicação;
3. Compreender e justificar o uso de determinado formato (e de determinada grelha) em função da tipologia;
4. Enumerar e justificar as opções tipográficas e cores;

A análise a esse agrupado de itens auxiliará para juntar e comparar informação, resultando numa conclusão.



## Capítulo III

### Análise gráfica dos vários Jornais





## 3.1 Jornal “I”

### 3.1.1 Análise dos conteúdos dos aspetos gerais do "Jornal I"

O jornal “I” foi desenvolvido há cerca de três anos, tem como diretor António Ribeiro Ferreira e como diretora adjunta Ana Sá Lopes. É um jornal de referência, percorre áreas da política, economia, social e desportivas, tem um design bastante “limpo”, moderno e apelativo.

Este órgão de comunicação tem um formato impresso\* e a respetiva página Web (www.ionline.pt), sendo visíveis algumas adaptações nos seus conteúdos.



Img. 28

•Impresso e Web• Primeira página.



Numa primeira análise, verificamos uma ligação entre os dois formatos, a utilização da cor amarela como uma característica do jornal e o grande destaque aplicado ao logótipo, familiarizam os formatos. Contudo numa visualização mais atenta verificamos que há alterações na escolha tipográfica, optando o formato impresso por uma tipografia maioritariamente sem serifa\* (Img. 29), tendo pequenas exceções, nas quais aplica tipografia serifada (Img. 30) isto na primeira página. Quando falamos das páginas seguintes temos, um equilíbrio na aplicação das escolhas tipográficas, visto nos títulos utilizarem letras sem serifa (Img. 31), tendo pequenas exceções, nas quais aplica tipografia\* serifada (Img. 32) no subtítulo e no miolo.

Img. 29

•Impresso• Escolha tipográfica, sem serifa.

Img. 30

•Impresso• Exceção da escolha tipográfica, passando a ser com serifa.

Img. 31

•Impresso• Escolha tipográfica, sem serifa no formato impresso, nos títulos das reportagens.

Img. 32

•Impresso• A escolha tipográfica no miolo e subtítulo, que passa a ser com serifa.

Itália e Grécia. Pedimos  
desculpa por esta  
interrupção, a democracia  
segue dentro de momentos

Img. 29

Lavagem  
já denunciaram

Img. 30

OE aprovado.  
PS abstém-se,  
mas fala a duas vozes

Img. 31

Mais deputados do PS vão apresentar declarações de voto. Releva avisar que disponibilidade para negociar "não é ilimitada"

LILIANA VALENTE  
liliana.valente@ionline.pt

só vai aceitar discutir propostas "quantitativas" e que não tenham efeitos "na repartição do esforço de consolidação entre receitas e despesas". Releva frisar

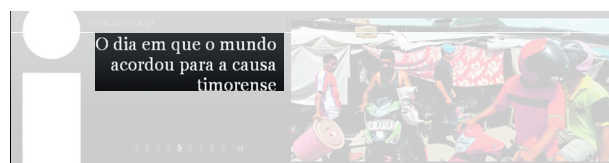
dado que a suspensão de uma prestação a funcionários públicos e pensionistas representa um corte na despesa de cerca de mil milhões de euros.

Img. 32

No formato *Web* do jornal “T”, temos visivelmente e maioritariamente uma escolha tipográfica serifada (Img. 33), tendo como exceção os botões do menu, na barra de menu na zona superior e inferior das página.

Img. 33

• *Web* Exemplo da escolha tipográfica com serífas.



Img. 34

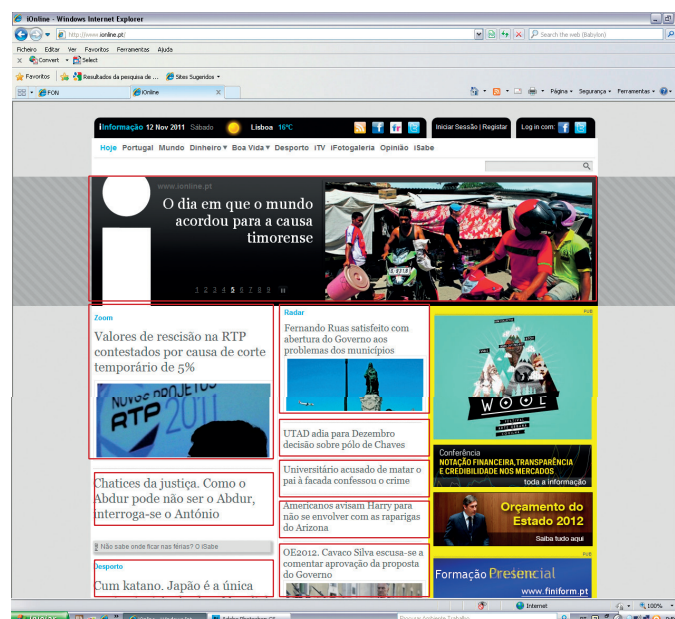
• *Web* Barra do menu, no topo e no final da página.



A cor dos títulos, aplicada nos diferentes formatos também difere, sendo no impresso utilizado numa grande parte o preto e em pequenos apontamentos outras gama de cores. O formato digital é mais monocromático utilizando apenas o cinza.

Img. 35

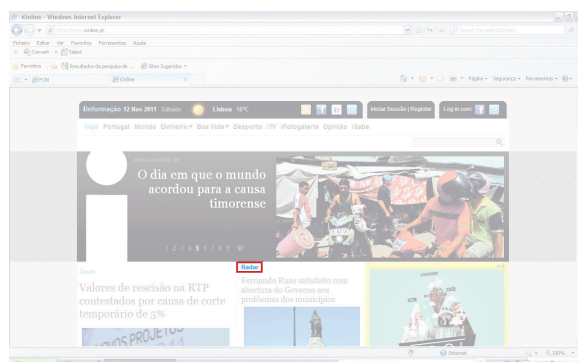
• Impresso e *Web* Destaques da primeira página.



A primeira página do jornal no formato impresso apresenta uma hierarquia de informação, havendo notícias com maior destaque que outras, recorrendo para isso ao tamanho e às cores das escolhas tipográficas, assim como às caixas de cor sob as letras e ao tamanho eminente das imagens.

Quando olhamos para a página *Web*, verificamos uma coerência, existe uma lista de notícias separadas pelos respetivos nomes das secções e filetes\* (Img. 36) todos com o mesmo corpo\* e cor, sendo organizados

Radar



Img. 36

• *Web* Exemplo de uma secção.

por prioridades de leitura. As notícias que se encontram no princípio serão as primeiras a ser lidas portanto, serão aquelas mais atuais sendo as que o leitor terá acesso em primeiro lugar, enquanto o rato percorre pela página. O formato digital utiliza o slide (Img. 37) para expor notí-

Img. 37

• *Web* Slide principal de destaques.



cias a destacar no início da página. Apenas no percorrer do slide já temos contacto com um variado número de notícias, e se ainda clicarmos sobre elas teremos acesso ao conteúdo informativo na totalidade. No caso das notícias e publicidades que se seguem pela página, temos a mesma opção, ou seja, ao clicar sobre elas surgirá uma apresentação mais completa das mesmas.

Img. 38

• *Web* Um destaque inserido na secção Home.

Img. 39

• *Web* Notícia completa referente a um destaque.





Quando falamos do conteúdo das duas versões, verificamos que a disposição não percorre os mesmos parâmetros, contendo até nomes diferentes de secções, assim como, as mesmas notícias por vezes estão em zonas diferentes do formato impresso para a *Web*. Temos como exemplo disso na página home, a secção “Zoom” que tem uma notícia que no jornal impresso encontra-se no “D Mais Media & Televisão”. Esta situação pode ocorrer, visto o formato digital, não conter essa mesma secção do formato impresso, levando a que a notícia seja colocada num outro espaço do jornal.

Img. 40

•Impresso e *Web*• A mesma notícia inserida em secções diferentes (“Home” e no “D Mais Media&Televisão”).



No formato impresso temos as secções, “A Radar” (Radar Portugal, Radar Dinheiro, Radar Mundo), “B Opiniões”, “C Zoom”, “D Mais” (Mais Media & Televisão, Mais Desporto); já na versão digital temos as secções,

Img. 41

•Impresso• Diferentes Secções.



“Zoom”, “Radar”, “Desporto”, “Itv”, “Portugal”, “Boas Vidas”, “Mundo”, “Lusa”, “Dinheiro”.

Img. 42

•*Web*• Diferentes Secções que agrupam destaques na primeira página.



Existe uma reorganização dos conteúdos, de um formato para o outro, visto no formato web termos a possibilidade de inserir um maior

número de notícias, pelo facto de não termos limites de espaço. É possível ainda ter acesso a notícias atualizadas durante o percorrer do dia, pela facilidade de atualização do formato *Web*. Outro elemento forte do formato digital, é facto de possibilitar um maior número de publicidades em todas as suas páginas e as suas respetivas hiperligações para o desenvolvimento das mesmas. Já a versão impressa tem uma quantidade mais reduzida de publicidade sendo contudo variável de edição para edição.



Img. 43

•Impresso e *Web*• Imagens da mesma publicidade do jornal "I".



Img. 44

•Impresso e *Web*• Comparação das várias publicidades nas duas primeiras páginas do jornal.

A edição de fim-de-semana impressa, vem com um suplemento, o “LiV” contendo informações do âmbito social e pequenas curiosidades sobre, livros, viagens e cultura. Não se encontra disponível no formato on-line.

Os leitores do formato impressa, numa possível transição para o formato digital, poderão sentir confusão e desorientação, pelo elevado número de menu e secções que este último contém e até mesmo alguns dos nomes não batem certo nas duas edições.

O formato digital contém um diverso conjunto de menús e submenús, que se repetem pela página em diferentes momentos. Temos no

Img. 45

•Impresso• Caderno extra.



**Img. 46.**  
•Web• Menu do início e fim da página Home.



**Img. 47**

- Impresso• Exemplo de uma das páginas com notícias, com os seus respetivos títulos, destaques, imagens de diferentes tamanhos e a composição dos textos sobre as colunas da grelha de paginação.





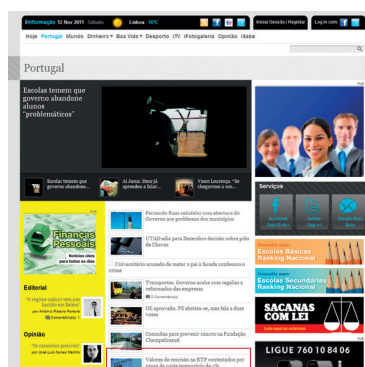
No formato digital, não é a composição dos conteúdos assim como os títulos da página que dinamizam a leitura, são os novos elementos digitais, criados para o efeito, como é o caso dos slides e as próprias hiperligações dos destaques e botões para páginas com desenvolvimento dos conteúdos. Mais uma vez temos acesso a um slide de imagens e seus títulos, depois de entrarmos num dos botões/secções do menu. De seguida temos uma lista das notícias organizadas consoante a data de emissão na página podendo conter assim, informações de outras publicações mais antigas do formato impresso, pelo facto do não ter limite de espaço. Ao clicar sobre qualquer um dos títulos do slide ou da lista, iremos para o seu conteúdo na totalidade, mantendo-se igual em todos os botões.

Img. 48

• Web- Página do conteúdo completo de uma das notícias, do respetivo destaque no menu.

Imagem 21.

Exemplo do interior uma das secções do formato web.



Os títulos e textos têm todos os mesmos aspetos formais em todas as notícias, passando a ser um texto corrido alinhado\* à esquerda, acompanhado sempre de uma imagem no mesmo sítio e com o mesmo tamanho.

No menu existem alguns botões com submenus, que não são identificados na versão impressa, como é o caso do botão “Mundo” que tem o submenu “iCiências”, do botão “Dinheiro” que tem os submenus “Mercados” e “Finanças Pessoais”, do botão “Boa Vida” que tem os submenus “iTesteDrive” e “iGastronomia”. Estes submenus referidos, assim como os botões “iTV”, “iFotogaleria” e o “iSabe” são conteúdos extras que a versão impressa não possui.



Img. 49

• Web- Menus e os seus submenus, aplicados do jornal “I”.

O botão “Opinião” corresponde ao mesmo conteúdo do formato impresso “B Opiniões”, refere diversos pareceres de determinados autores selecionados para esse efeito. Aqui também se encontra o editorial, que no formato impresso está na segunda página do jornal e não junto da secção “B Opiniões”. O Amarelo do fundo do conteúdo “Editorial” do

formato impresso é tido em conta no formato digital, pelo facto de ser uma referência do jornal em questão.

Img. 50

•Web• Página respetiva do botão "Opinião".



Img. 51

•Web• Botão "Editorial".



Ao comparar o editorial, nos dois formatos deparámo-nos com características diferentes, no que diz respeito à exposição do texto. No formato impresso ocupa duas colunas de texto, alinhado à esquerda, sobre um fundo amarelo. Já o formato *web*, opta por seguir o esquema das restantes notícias, ocupando o texto a página quase na totalidade, o alinhamento é à esquerda, não utiliza o fundo amarelo, nem opta pela imagem do autor como no caso do formato impresso, mas sim por uma imagem relacionada com o tema em questão.

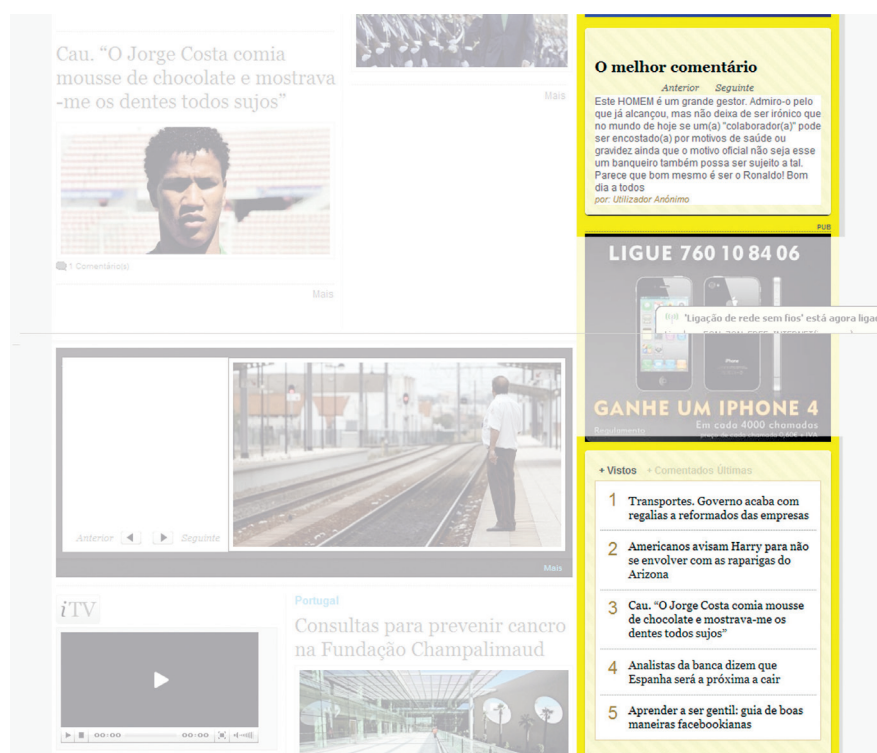
Img. 52

•Impresso eWeb• Respetivas imagens do editorial.





Todavia, no formato *Web* temos em quase todas as páginas um apontamento das Opiniões (ou do lado direito, no caso da home, ou do lado esquerdo, no caso das outras páginas) em forma de botão e se clicarmos sobre eles iremos então para o respetivo conteúdo. Como vemos é dada muita importância ao editorial e às opiniões, no formato *Web*, visto aparecerem sempre repetidos por entre as colunas laterais nas diferentes páginas. Como estes temos também um conjunto de elementos aos quais são definidos maior realce, aparecendo por isso em quase todas as páginas, como é o caso da lista das notícias “mais vistas”, ou “o Melhor Comentário”, que estão na coluna da direita juntamente com as publicidades, permitindo assim ao leitor de uma forma mais rápida encontrar os temas do momento de maior interesse para os leitores.



Img. 53

•*Web*• Exemplos de dois dos elementos que compõem a terceira coluna da primeira página.

## 3.2 Jornal Destak

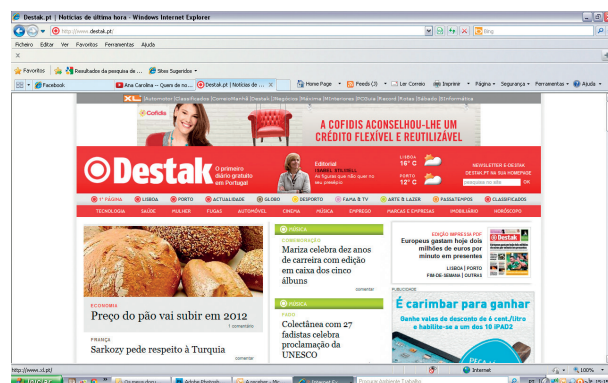
### 3.2.1 Análise dos conteúdos dos aspetos gerais do Jornal “Destak”

O jornal “Destak” é diário, foi desenvolvido há cerca de dez anos, tem como diretora Isabel Stilwell. É um jornal gratuito, conseguindo, ter um estilo gráfico com um cerco cuidado e rigor. São impressas duas edições (Porto e Lisboa) que contêm os mesmos esquemas gráficos e as mesmas notícias generalizadas, adaptando apenas a cada zona, algumas das notícias que serão de maior interesse para a região. Percorre áreas da política, economia, social e desportivas. É de pequeno formato, de rápida leitura, ideal para as pequenas viagens dos transportes públicos, onde são também distribuídos.

O Destak está disponível no formato impresso e na respetiva página Web (www.destak.pt).

Img. 54

• Impresso e Web • Primeira página do jornal “Destak”.



Nesta primeira análise, é possível identificar o peso do logótipo e a cor vermelha em ambos os formatos, como sendo uma característica do jornal “Destak”. A diversidade cromática nas secções e menus, é aplicada na versão impressa e digital, sendo os textos e títulos em ambos os formatos a preto. Contudo, a escolha tipográfica é diferente, o formato impresso tem letras não serifadas em quase todo o seu conteúdo (Img. 55), exceto no texto corrido das reportagens (Img. 56). Já no formato digital temos nos títulos e destaques a preferência pela tipografia serifada (Georgia) (Img. 57), tendo os textos das reportagens e os botões referentes ao menu, um tipo de letra não serifado (Img. 58).

**CGTP rejeita redução das férias e abandona reunião de concertação social**

Img. 55



A Comissão de Coordenação da Região Norte

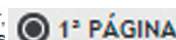
Img. 56

Mariza celebra dez anos de carreira com edição em caixa dos cinco álbuns

Img. 57

O director geral da Valores, J. Chester, que o funcionamento do Gold ATM "é s

Img. 58

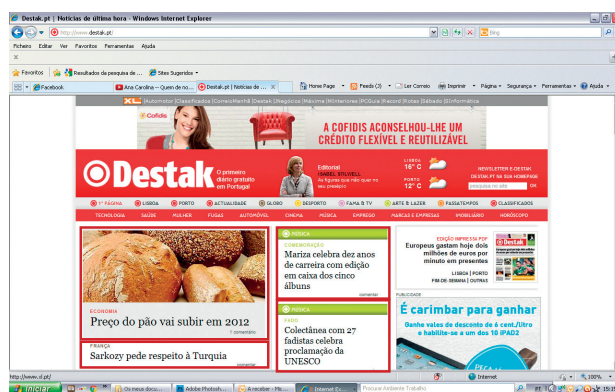


Existe visivelmente um conteúdo informativo diferente na primeira página de um formato para outro, não existindo maioritariamente as mesmas notícias em destaque nos dois formatos.



**Europeus gastam hoje dois milhões de euros por minuto em presentes**

Hoje e amanhã prometem atingir o pico das transações bancárias, com um elevado número de consumidores a fazer as compras de última hora. Especialistas alertam para o aumento de ataques a smartphones e tablets neste momento de maior consumo.



Img. 55

•Impresso• Escolha tipográfica, sem serifas.

Img. 56

•Impresso• Exceção da escolha tipográfica, passa a ser com serifas, no texto corrido da reportagem.

Img. 57

•Web• Escolha tipográfica com serifas.

Img. 58

•Web• Escolha tipográfica sem serifas nos textos e botões do menu.

Img. 59

•Impresso e Web• Os destaques da primeira página.

No formato impresso temos hierarquias informativas, que são estruturadas pela utilização do bold\*, pela diferença de corpos utilizados, pelas cores dos fundos das caixas e pelos tamanhos dados as imagens. Em contrapartida no formato Web esta hierarquia dos conteúdos não é tão contrastante, temos sim uma prioridade de colocação das notícias, aparecendo inicialmente as que se pretende que sejam lidas em primeiro.



Img. 60

•Impresso e Web• Principal destaque.

Para criar um realce entre os destaques no formato web, é aplicada uma moldura de cor cinza clara, sob os temas que se pretende salientar. São



utilizados tamanhos ligeiramente superiores no copo da letra e por vez acompanhados por uma imagem.

Img. 61

• Web • Destaque principal.



Segundo a importância na página temos de seguida o próximo exemplo, um novo enquadramento no qual é utilizado uma barra da cor e o título correspondente à secção que existe no menu. Este destaque é acompanhado por um antetítulo e título da notícia.

Img. 62

• Web • Exemplo da segunda forma de enquadramento dos destaques na primeira página.



A outra possibilidade (com menos importância hierárquica), opta apenas por adicionar um nome que intitule o destaque correspondente, e aplique nele a cor relativa à secção à qual pertence a notícia.

Img. 63

• Web • Exemplo do enquadramento mais simples, aplicado aos destaques na primeira página, no formato web.



Entre os dois formatos encontra-se uma coerência em relação às secções, isto é, temos os mesmos nomes e cores muito semelhantes, permitindo ao leitor sentir uma familiarização numa transição para qualquer um dos formatos. Existe contudo um aumento do número de secções e a introdução de submenus no formato digital, pela sua capacidade de armazenamento não limitada, exemplo disso é a secção “GLOBO”, que no formato

Img. 64

• Impresso e Web • Exemplo do conteúdo “Globo”.



digital é uma secção com um variado número de notícias e no formato impresso é apenas um ponto referido na secção “Atualidade”.

Temos acesso nos dois formatos às mesmas secções, sendo contudo implementadas novas secções (Img. 63 e 64) no formato digital. Nos



Img. 63 e 64

• Web • Novas secções implementadas.

quais são introduzidas notícias, curiosidades, informações significativas para o leitor permitindo a este recorrer de forma mais direta à informação disponibilizada.



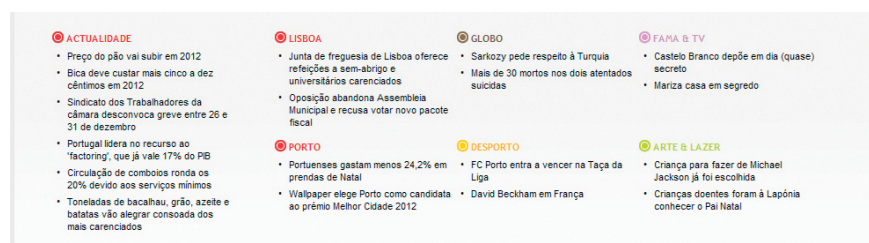
Img. 65

• Impresso • Exemplo das diferentes secções.

Img. 66

• Web • Exemplo das diferentes secções.

Alguns dos menus no formato digital voltam a ser referidos no fundo de todas as páginas do site, de forma a fornecer ao leitor um caminho mais facilitado para encontrar nova informação. No entanto, trata-se de menus e notícias selecionadas, referindo apenas dois ou três destaques do dia.



Img. 67

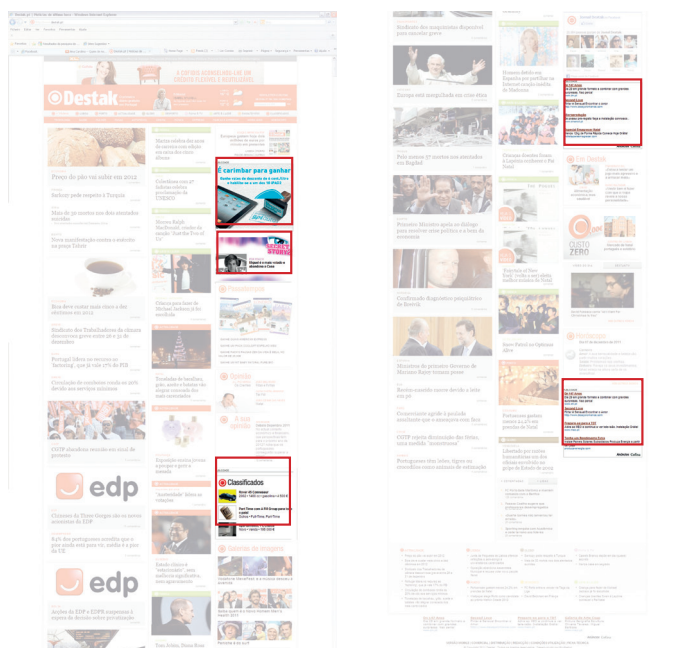
• Web • Secções com os respetivos destaques, no rodapé.

O formato digital garante um maior número de publicidades no seu conteúdo, porém, no formato impresso é visível dentro dos limites do

papel um grande leque de publicidades. Na primeira página não existe por vezes publicidade, dando prioridade aos destaques. O formato digital, opta por definir a coluna mais à direita para divulgar as publicidades, assim como na zona superior à barra vermelha. A coluna mais à direita é utilizada também, para outros fins, variando consoante a edição, como é o caso, dos passatempos, do “Opinião”, pequenas partes dos “Classificados”, destaques, galeria de imagens, e a lista de leitores que através das redes sociais contactam com o jornal.

Img. 68

• Web e Impresso • Realidade das publicidades nas primeiras páginas.



### 3.2.2 Análise dos conteúdos dos aspetos internos do Jornal "Destak"

Img. 69

• Impresso e Web • Exemplo da mesma secção nos diferentes formatos.



A forma como é aplicado o desenvolvimento das reportagens, é diferente nos dois formatos. No modelo impresso a informação surge direta-



mente na página, enquanto que no modelo digital, aparece um variado número de destaques que os hiperligam para a notícia completa.

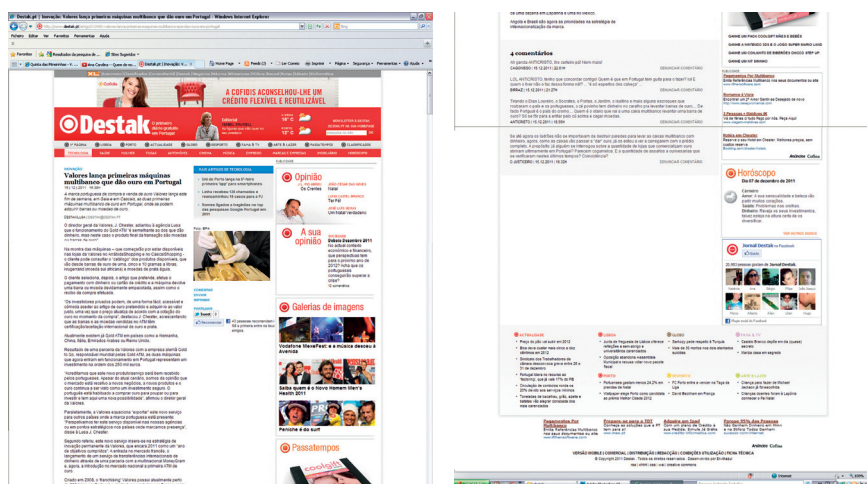
No formato impresso, é utilizado maioritariamente uma grelha de seis colunas por página, sendo a informação dividida por filetes verticais e horizontais. É visível a aplicação de variados elementos que têm como objetivo destacar, como é o caso, dos títulos com diferentes tamanhos, os subtítulos com as cores correspondentes à secção a que pertence, o negrito nos textos, os símbolos (círculos) que marcam o início de reportagem e por fim as caixas de cor cinza para referir temas específicos que surgem por entre reportagens (como é o caso por exemplo, do “EDITORIAL”, do “CLICK”).



Img. 70

•Impresso• Exemplo dos diversos elementos aplicados para destacar e criar hierarquias nas notícias.

Já no formato digital o desenrolar das notícias é mais monótono, pelo facto da sua apresentação ter o mesmo esquema em qualquer uma das secções do menu e submenu. Temos inicialmente ao clicar sobre qualquer um dos botões do menu e submenu, uma lista de títulos dividida



Img. 71

•Web• Exemplo de uma reportagem.

por filetes verticais e horizontais. Através de uma hiperligação sobre esses mesmos títulos, iremos para a respetiva reportagem, no qual surge um texto com um tipo de letra não serifado, alinhado à esquerda acompanhado por uma lista de comentários dos leitores, sempre como o mesmo peso visual no qual as opções do tipo de letra é serifado.

O destaque aplicado ao conteúdo “Editorial” é superior no formato digital, pelo facto de se apresentar logo na primeira página (página Home) em forma de hiperligação, sobre a barra do menu mesmo ao lado do logótipo. Essa hiperligação dará acesso ao texto na íntegra com as mesmas características formais dos textos das notícias, isto é, alinhada à esquerda, com tipos de letra não serifadas e um título com um tipo de letra serifado, com um tamanho superior e alinhado também à esquerda. No caso do formato impresso essa opção gráfica não é aplicada (pelo limite de espaço apresentado), adaptando-se consoante o espaço disponível a uma ou duas colunas de texto. É inserido entre notícias do separador “Actualidade”, e separado dos outros textos por filetes verticais e por uma caixa de cor cinza sob a fotografia da jornalista, criando no leitor uma quebra que o contextualiza. O seu texto encontra-se alinhado à esquerda, acompanhado por pequenos elementos a negrito e por destaques a cinza com um tamanho superior ao texto corrido, optando pelo tipo de letra não serifado.

Img. 72

• Impresso e Web • Exemplo dos apontamentos do editorial.



Img. 73

• Impresso e Web • Exemplo do texto editorial.



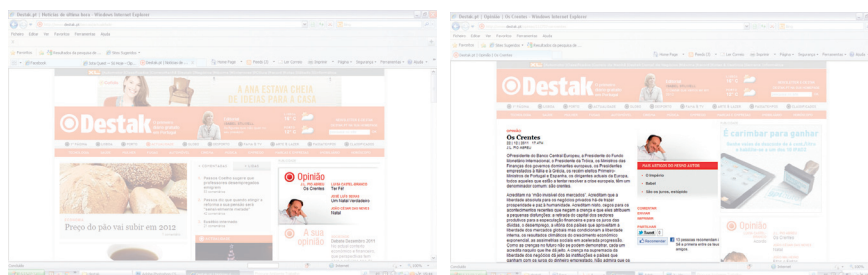
O separador “Opinião” pode ser visto dependendo da edição, em ambos os formatos na primeira página, seguindo posteriormente o seu desenvolvimento no interior do jornal. No caso do formato impresso é aplicado alguns dos mesmos critérios do “Editorial” podendo haver alterações para melhor composição na página. O formato digital contém sempre uma referência desta secção na primeira página na coluna mais à





Img. 74  
•Impresso• Exemplo dos apontamentos do texto de “Opinião”.

direita. Outro ponto que o diferencia do formato impresso, é por possuir mais do que um texto de opinião, destacando uma dessas opiniões com a fotografia do autor do texto.



Img. 75  
•Web• Exemplo da hiperligação do apontamento do editorial na primeira página para o seu texto desenvolvido.

Na comparação dos dois formatos do jornal Destak, verificamos alterações durante o dia das notícias do formato digital, pela facilidade de tempo e custos que isso significa. Contudo à elementos que se mantêm nos dois formatos, como é o caso do “Opinião”, do “Editorial”, dos “Classificados”.

### 3.3 Jornal “A Bola”

#### 3.3.1 Análise dos conteúdos dos aspetos gerais do Jornal "A Bola"

O jornal “A bola” foi fundado por Cândido de Oliveira, Ribeiros dos Reis e Vicente de Melo, tem como diretor Vítor Serpa. É um jornal desportivo, contendo maioritariamente notícias desse panorama.

Este órgão de comunicação tem uma versão impressa e a respetiva página *Web* (www.abola.pt), estando visíveis algumas alterações nos seus conteúdos.

Img. 76

• Impresso e *Web* • Exemplo das primeiras páginas.



Nestes dois formatos do jornal “A bola”, graficamente visualizamos dois esquemas diferentes, com destaques e critérios distintos. Podemos iniciar por comparar o logótipo, e verificamos que desaparece o símbolo (a bola) no formato digital, (Img. 77 e 78) sendo um sinal da alteração dos formatos deste jornal.

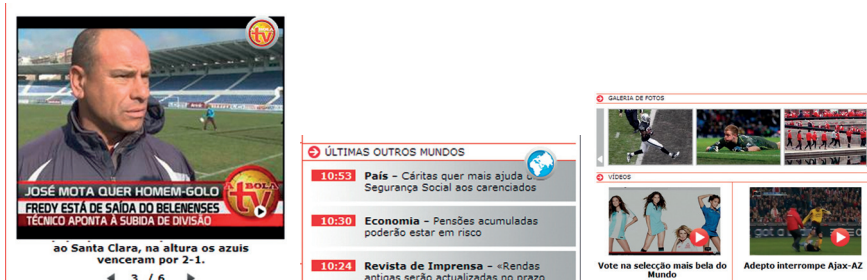
Img. 77 e 78

• Impresso e *Web* • Exemplo do logótipo.



As notícias do formato digital não correspondem sempre ao formato impresso pelo facto de estar em constantes atualizações, sobrepondo as notícias mas recentes sobre as restantes. Os destaques das notícias da primeira página são feitas também de forma diferente, basicamente temos acesso a um maior número de destaques no formato digital, organizados e agrupados de forma diferente. Temos a possibilidade na primeira página

do formato digital de encontrar um leque informativo muito vasto, referindo maioritariamente, todos os elementos que interessam ao leitor, desde as notícias que marcam o momento, classificações correspondentes aos clubes da primeira liga, assim como, reportagens em formato vídeo, (Img. 79) alguns pequenos destaques atualizados de notícias do Mundo (Img. 80) e galerias de imagens e vídeos da vertente desportiva (Img. 81). As notícias mais recentes, encontram-se no início da página, descendo ao longo do dia com a entrada de novas notícias.



Img. 79, 80 e 81

•Web• Exemplos dos vários elementos de divulgação dos destaques.

A primeira página do formato impresso é composta por um determinado número de destaques referentes a esse dia, e nas quais são aplicadas diferentes características para uma maior evidência de determinadas notícias, para isso, utilizam diferentes tamanhos de letra, a caixa-alta\* em alguns títulos, diferentes cores, sobreposição de formas com cor e imagens sob caixas de texto. A escolha tipográfica tende maioritariamente pela opção de tipos de letra sem serifas (Img. 82), utilizando em pequenas exceções as serifas (Img. 83).



Img. 82

•Impresso• Exemplo da escolha tipográfica sem serifas na maioria do conteúdo.

Img. 83

•Impresso• Exemplo das exceções nas escolhas tipográficas aplicadas.

Em contrapartida temos no formato digital uma forma de destacar diferente, isto é, mais estável, sendo aplicado quase sempre as mesmas regras e características nas diferentes edições do jornal. Optam por usar um slide com cerca de dez notícias e suas imagens no início da página,

com títulos com um tamanho de letra maior (Imagem 84). De seguida temos mais destaques por vezes com a respetiva imagem, com o título e um pequeno excerto do texto da reportagem, enquadrados por um contorno vermelho (Imagem 85), servindo de filete divisor entre notícias. O slide mais reduzido em temas, mas com grande destaque pela escolha da cor aplicada à forma que seleciona a zona onde se encontra os títulos é o seguinte conteúdo. (Imagem 86) Voltamos a ter novamente o mesmo esquema de apresentação dos destaques, mais simples (Imagem 87) e logo de seguida mais um slide com as mesmas características do anterior passando apenas as caixas de texto a encontrar-se no zona direita e na vertical da imagem. (Imagem 88)

Img. 84, 85, 86, 87 e 88

• Web • Exemplo dos vários elementos que agrupam e destacam as notícias.



### 3.3.2 Análise dos conteúdos dos aspetos internos do Jornal "A Bola"

Ao analisar as restantes páginas do jornal, deparamo-nos com um formato impresso comum à maioria dos jornais nacionais, isto é, divide as notícias por secções, correspondendo as primeiras páginas às notícias dos três maiores clubes.

O conteúdo informativo é dividido por uma grelha maioritariamente de cinco colunas por página. A escolha do tipo de letra divide-se

Img. 89

• Impresso • Exemplo das secções iniciais.



entre letras com patilhas em alguns dos textos corridos e em alguns títulos ou apenas palavras em destaque. Já as letras sem patilhas são utilizadas maioritariamente em quase todos os títulos, assim como em determinados textos corridos de menores dimensões. O jornal A Bola, utiliza as

Img. 90

• Impresso • Exemplo de duas reportagens.





cores para diferenciar as secções e opta nas primeiras páginas por utilizar as cores correspondentes aos três principais clubes. A partir daqui existe uma nova cor para cada nova secção.

De seguida temos as notícias dos restantes clubes da primeira liga, mas com menos reportagens, com menos destaque e com os mesmos critérios gráficos referidos anteriormente. A próxima secção tem o nome de “Internacional” e opta pelo roxo para ser a sua cor, contendo as notícias internacionais desportivas com vários temas, de vários países e com diferentes graus de expressividade nos seus destaques (Img. 91). Os outros desportos de uma forma mais reduzida, não podiam faltar, aqui optam pelo tom azul claro para os títulos e um laranja claro para os filetes que separam as notícias (Img. 92). O jornal A bola mesmo sendo um jornal desportivo, não deixa de não referir as notícias importantes da vertente social, de Portugal em primeiro, (Img. 93) e depois de todo o mundo (Img. 94), mantendo o mesmo esquema gráfico do resto do jornal e correspondendo a esta secção a cor azul. Por último temos as duas últimas secções do



Img. 91, 92, 93, 94  
•Impresso• Exemplo das restantes secções.

formato impresso, a “Programação Televisiva” do dia e a secção “Opinião”. Na última página temos acesso ao “Editorial” elemento que não existe no formato digital, assim como a secção “Opinião” também não é referenciada nesse formato.



Img. 95  
•Impresso• Exemplo de um texto editorial e um texto de opinião.

Ao comparar o formato digital, verificamos um maior número de destaques e secções do que no formato impresso.

Temos disponível no menu, botões para conteúdos que no formato impresso não são referidos, ou são, mas de uma forma muito mais ligeira. Exemplo disso são as secções “Motores”, “Seleção”, “Fórum” e “BWIN”.

Img. 96

• Web • Barra de menu.

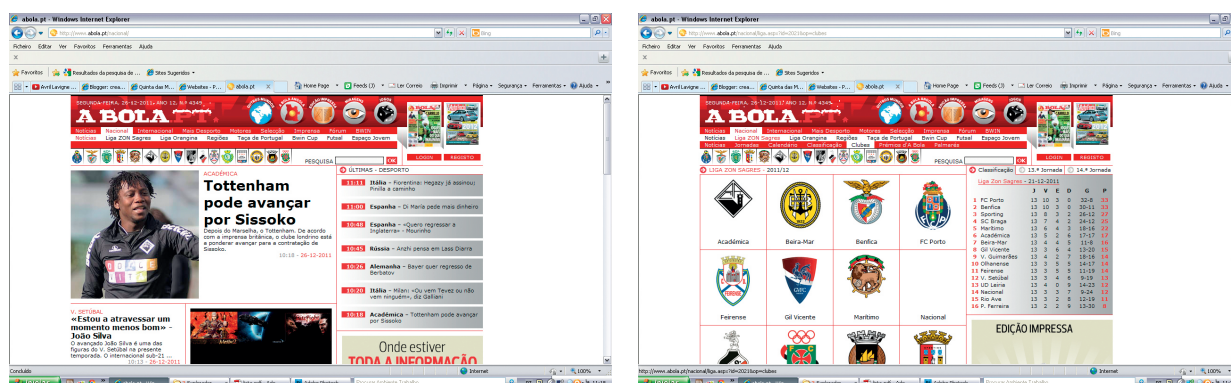


Dentro de cada separador temos um elevado número de submenus, que distribuem melhor a informação correspondente a esse botão, referindo questões e temas que no formato impresso é impossível pelo seu limite de espaço. Com estes botões adicionais temos acesso a um maior e desenvolvido role informativo que se encontra disponível e atualizado, consoante os acontecimentos do momento. Dentro dos submenus ainda temos mais uma ramificação informativa onde refere conteúdos ainda mais direcionados.

Img. 97

• Web • Exemplo de conteúdos das secções.

Neste elevado conteúdo informativo, temos acesso a várias tabelas classificativas e informativas, sobre o desporto nacional e internacional.



Em relação aos assuntos gerais das secções, o esquema é semelhante. Partimos de uma página composta por um grupo de destaques correspondentes a esse menu/submenu, (estes seguem o esquema da página home) isto é, optam por um conjunto de destaques divididos pela página e separadas por filetes verticais e horizontais vermelhos. A primeira notícia é a que tem maior destaque por estar no início da página, por ter uma maior imagem em relação aos restantes destaques e por ter um título maior e a bold causando maior impacto.



Img. 98  
• Web Exemplo dos destaques de um dos separadores.

O botão “Notícias” é uma exceção a essa grelha de paginação, contendo sim os destaques em forma de lista, uns a seguir aos outros e ordenados pela hora que foram colocados na página ou por temas.

Todos estes destaques, têm uma hiperligação, que nos reportam para o conteúdo da notícia na totalidade. Cumprem as mesmas referências gráficas, optando por um texto corrido, sem divisões por colunas, alinhado à esquerda, e composto por uma grande imagem antes do título.



Img. 99  
• Web Exemplo de uma reportagem.

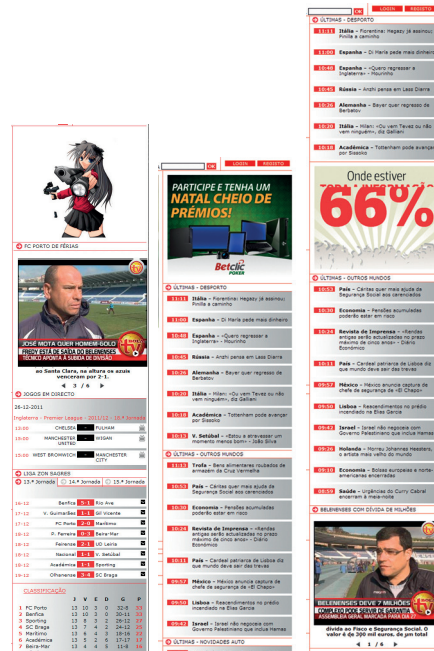
Para facilitar ao leitor, é inserida uma pequena lista de notícias relacionadas, que permite uma busca mais direta. No fim da página temos pelo menos dois destaques com a sua respetiva imagem, permitindo ao leitor exercer um outro caminho informativo.

Da margem mais à direita da página temos uma zona destinada a pequenos pontos informativos, publicidades e destaques. Consoante cada página, teremos alterações dos conteúdos dessa mesma coluna, focando

# Img. 100

• *Web* • Exemplo dos vários elementos que acompanham a coluna mais à direita da grelha de paginação.

a informação que interessa aparecer nessa página, relacionando-a com o tema em questão.



As escolhas tipográficas no formato *Web* são contantes e repetidas, optando por letras sem serifas para o seu conteúdo. Este formato parte do grupo "web safe fonts", para escolher as suas tipografias, usando a Verdana, visto ser uma fonte acessível em todos os browser.



### 3.4 Jornal “Expresso”

#### 3.4.1 Análise dos conteúdos dos aspetos gerais do Jornal "Expresso"

O jornal “Expresso” pertence ao Grupo Impresa, tem como fundador Francisco Pinto Balsemão, como diretor Ricardo Costa e como diretores-adjuntos Nicolau Santos, João Garcia, João Vieira Pereira e Miguel Cadete; como diretor de Arte Marco Grieco. É um jornal de referência, percorre áreas da política, da economia e desportivas, tem um design tradicional, harmonioso e discreto. Este órgão de comunicação tem uma versão impressa (para venda), a respetiva página Web ([www.expresso.pt](http://www.expresso.pt) / gratuita), o formato para Tablet (para venda) e Mobile (gratuito) assim como o formato E-paper\* “PDF inteligente” (para venda) que basicamente é a versão impressa tendo apenas a possibilidade de ser manipulado e transportado nos suportes digitais.



Img. 101  
•Impresso, Tablet, Web e Mobile\*  
Primeiras páginas do jornal Expresso.

O jornal Expresso, é um jornal atualizado, que acompanha os tempos, já estando disponível num variado número de formatos, alternativas, criativos e dinâmicos.

Estamos perante uma imagem gráfica idêntica entre formatos, contendo tons sóbrios e similares, os espaços brancos\* permitem uma leitura mais limpa e facilitada. O formato impresso associa-se ao formato Tablet, na medida em que os dois são muito semelhantes em conteúdo e no momento em que são colocados à venda (uma vez por semana), perdendo a possibilidade de sofrer atualizações, raras exceções, em casos pontuais de uma nova “impressão” atualizada, que levam ao leitor a uma

nova aquisição. Contêm as mesmas notícias, seguem maioritariamente o mesmo esquema informativo, sendo no entanto aplicados elementos que criam interação, dinamismo do leitor com o jornal no formato *Tablet*. Exemplo disso temos uma das notícias desta edição, “No mar também se sai da estrada” na qual no formato impresso temos símbolos que localizam determina zona na imagem e por sua vez, fazem a sua ligação a um texto informativo, tudo isto sobre a imagem. No caso do formato *Tablet* temos a mesma imagem com símbolos que marcam os pontos a referir, mas agora terá o leitor de clicar sobre esses elementos para ter acesso aos pequenos textos.

Img. 102

• Impresso e *Tablet* • A mesma reportagem.



O formato *Web* e o *Mobile*, permite-nos ter uma atualização dos dados informativos de uma forma rápida, sendo para isso apenas necessário aceder à *internet* e pesquisar as atualidades. Contudo estes dois formatos são mais objetivos, diretos e em constantes alterações no decorrer do dia.

Nas primeiras páginas dos diferentes formatos, encontramos um grande número de destaques, com o seu desenvolvimento no “interior do jornal”. São hierarquizadas de forma diferente, isto é, temos o formato impresso que opta por aplicar diferentes tamanhos de textos assim como cores, para destacar a respetiva notícia, utiliza filetes verticais e horizontais para separá-las. A coluna lateral mais na margem\* esquerda, tem como função conter os destaques mais recentes de última hora “24h”, temos também a possibilidade de encontrar destaques que conduzem às notícias dos cadernos que acompanham o formato impresso e *Tablet*.



Img. 103  
•Impresso• Exemplo de destaques referentes aos outros cadernos do Jornal.

Este formato utiliza tipos de letras com serifas, tanto nos títulos como em pequenos excertos de textos, temos contudo exceções em alguns destaques, nos quais optam pelos tipos de letra sem serifas.



Img. 104  
•Impresso• Exemplo de destaques que aplicam tipos de letras diferentes.

No formato *Tablet*, temos bastantes semelhanças com o formato impresso, enquanto às notícias destacadas e as opções gráficas. Este formato é mais pequeno do que o impresso, tendo portanto um campo de visão mais reduzido, contudo a informação é disponibilizada da mesma forma, optando por soluções interativas (o *scroll*) associadas aos formatos digitais, que permite ter acesso a todo o conteúdo que exista no formato impresso. Este formato não opta por destacar notícias dos cadernos adicionais da mesma forma que o formato impresso, mas refere sim pequenos destaques (imagens/vídeos) na barra superior do *Tablet*, que referem um tema de alguns desses mesmos caderno.



Img. 105  
•Tablet• Barra superior, composta por destaques de notícias dos cadernos extras.

Na barra lateral esquerda, os destaques de última hora, são também apontados neste formato e de uma forma muito semelhante ao formato impresso, variando apenas a escolha da cor dos títulos e o número de destaques que refere, vindo a ser reduzido no formato *Tablet*.



Img. 106

•Impresso e *Tablet*• Exemplos dos destaques da coluna referente às notícias de última hora.



A notícia de maior destaque é recriada no *Tablet* com o mesmo equilíbrio do formato impresso.

Img. 107

•Impresso e *Tablet*• A notícia de maior destaque.



A imagem destacada na primeira página não corresponde nesta edição à mesma notícia dos diferentes formatos, pelo facto de o formato *Tablet* não pretender destacar notícias referentes aos cadernos suplementares.

Img. 108

•*Tablet* e Impresso• Destaques com a respetiva Imagem.



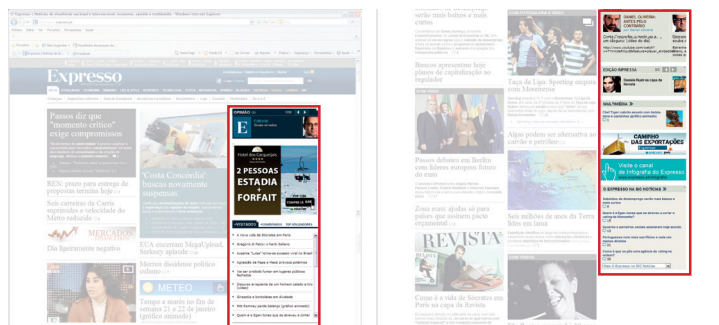
As escolhas tipográficas são rigorosamente iguais aos da versão impressa, graças à tecnologia das edições em *Tablet* que permite usar tipos de letra específicos e neste caso iguais ao formato impresso. Em contrapartida os *websites* e as aplicações para *smartphones*, optam por tipos de letras *safe fonts*, permitindo uma navegação segura.

No formato *Web*, é visível um esquema distinto destes dois formatos anteriores, divide a informação em três colunas, a mais à esquerda e a do centro, destinam-se a conter todos os destaques de todos os variados temas, aparecendo do mais recente ao menos. Os destaques podem conter o título, uma imagem ou vídeo, um texto introdutório e por vezes junta ao destaque em questão, um pequeno apontamento de destaques relacionado com o tema.



Img. 109  
• Web Exemplo do Layout.

Todos estes destaques são divididos por filetes horizontais e sobrepostos por vezes por caixas de cor. A barra mais à direita contém um slide dos vários textos de opinião, publicidades, um espaço de destaque para as notícias mais vistas/mais comentadas/top utilizadores, um slide para os destaques dos blogues, as várias capas do jornal e alguns cadernos em formato pdf, a ligação para o conteúdo multimédia e por fim as notícias do Expresso publicadas na sic notícias.



Img. 110  
• Web Layout completo da coluna mais à direita da página Home do formato Web.

Maioritariamente os tipos de letra dos destaques da home são sem serifas (Arial), os títulos são com serifas (Times New Roman). A coluna direita de um modo geral, opta maioritariamente por tipos de letra sem serifas.



Img. 111  
• Web Exemplos dos tipos de letra aplicados nos destaques.

Por fim temos o formato *Mobile*, que afasta-se de uma forma geral das características dos outros formatos, isto é, opta por uma lista em série de destaques, atualizados durante o dia estando as mais recentes no início

e enquanto se percorre pelo ecrã, encontramos notícias mais antigas. Este esquema adapta-se às características do telemóvel, na medida em que, pelo seu reduzido tamanho as notícias não podem alongar-se pelo espaço sem haver grandes composições multimédia/animações. Temos uma lista de títulos com um tipo de letra com serifas (Times New Roman), acompanhados por vezes por uma pequena imagem.

Img. 112  
•Mobile• Destaques neste formato.



### 3.4.2 Análise dos conteúdos dos aspetos internos do Jornal "Expresso"

A organização das páginas do conteúdo das notícias varia de formato para formato, visto cada um organizar a sua composição de acordo com o seu espaço e necessidades.

Perante a análise dos conteúdos das páginas seguintes do jornal, deparamo-nos com certas características interessantes entre os diferentes formatos, como iremos verificar. O conteúdo “Opinião” é de um modo geral aplicado de forma diferente, enquanto à sua estrutura e posicionamento na grelha de paginação, nos diferentes formatos. No formato impresso o conteúdo “Opinião”, pelo seu elevado número de reportagens neste jornal, verifica-se a necessidade de um sumário que enumere todas as opiniões e as identifique enquanto à localização nas páginas. Podemos

Img. 113  
•Impresso e Tablet• Comparação dos sumários.





Img. 114  
•Impresso e Tablet• Comparação das escolhas tipográficas nos destaques dos textos de opinião.

ainda ter neste mesmo sumário a referência a reportagens de opinião dos outros cadernos adicionais.

O formato *Tablet* identifica-se com o formato impresso no momento em que aplica também um sumário das reportagens de opinião e refere as mesmas que o formato impresso, contudo, diferencia-se pelo facto de cada opinião ocupar uma página inteira, após selecionarmos um destaque do grupo das opiniões do sumário. Neste formato só temos mesmo acesso ao conteúdo do caderno principal, não havendo referências de grande escala das notícias ou reportagens dos outros cadernos. No sumário temos vários autores, a sua fotografia e o respetivo título, estes elementos contêm uma hiperligação que nos leva para o conteúdo íntegro do texto. A nível de escolhas tipográficas temos pequenas opções, isto é, nos dois formatos referidos temos o título e o miolo do texto de opinião, a um tipo de letra com serifa, já o texto introdutório no formato impresso é sem serifa e no *Tablet* é com serifa, não deixando de ser aplicada a mesma tipografia característica do *Expresso* (ambas do Designer Mário Feliciano).

No caso do formato *Web* temos acesso a todos os títulos e à fotografia dos respetivos autores dos textos de opinião, através de um slide que



Img. 115  
•Impresso e Tablet• Comparação de um texto de opinião na íntegra.

se encontra do lado direito e superior da página ou pelo botão da barra de menu no início da página. No entanto ao clicarmos sobre cada espaço



correspondente ao autor, teremos uma hiperligação para uma página na qual temos uma enumeração de alguns dos títulos dos textos escritos pelo respetivo autor, mas não temos acesso ao corpo do texto na íntegra, sendo para isso necessário comprar um dos outros formatos (impresso ou *Tablet*).

Img. 115

• *Web*• Secção "Opinião".



Contudo o formato *Web*, dá-nos aceso a outros parâmetros que não são referidos nos outros formatos como são os casos do, “Cartoons”, “Está dito”, “Correio”, “Direito de resposta” e “Cidadão Repórter”, que são secções que fornecem ao leitor outro tipo de informação e interação.

Por fim, o formato *Mobile* não determina um espaço específico para as opiniões, pode acontecer termos acesso a uma delas por entre as restantes notícias, mas como este formato também é gratuito, será possível certos conteúdos não serem disponibilizados.

O conteúdo informativo é basicamente o mesmo do formato impresso para o *Tablet*, alterando sim a sua disposição pelas páginas, ou seja, tem inicialmente no formato *Tablet* um sumário que enumera os títulos das notícias a serem referidas no interior, de seguida tem o sumário das opiniões que também existe no formato impresso. Os destaques são os próximos conteúdos que vêm nos dois formatos, tendo as mesmas notícias, usando contudo escolhas tipográficas diferentes, isto é, o formato impresso aplica letras sem serifas nos títulos e com no corpo do texto, com exceção de um dos destaques (Img. 116). O formato *Tablet* opta por aplicar vários tipos de letras nos seus conteúdos da secção “Destaques”, utilizando em algumas situações tipos de letras sem patilha nos seus títulos (Img. 117) (Img. 118), antetítulos e texto, nos outros aplica as serifas nos textos e títulos. Contudo o formato *Tablet* tem mais interatividade,

Img. 116

• Impresso• Escolha tipográfica sem serifas nos títulos e com serifas no corpo do texto.

Img. 117

• *Tablet*• Escolha tipográfica sem serifas nos títulos, antetítulos e entrada.

Img. 118

• *Tablet*• Escolha tipográfica em outro destaque, com serifas nos títulos, antetítulos e entrada.



Img. 116



Img. 117

## Premio Inês de Castro para Gonçalo M. Tavares

O júri do Prémio Fundação Inês de Castro, presidido por José Carlos Seabra Pereira, deliberou consagrar o livro “Viagem à Índia”, de Gonçalo M. Tavares, como vencedor da edição deste ano. A cerimónia de entrega dos prémios terá lugar em Coimbra, a 4 de fevereiro,

Img. 118



devido às suas características, contendo mais ilustrações referentes aos destaques havendo um maior jogo visual para o leitor.

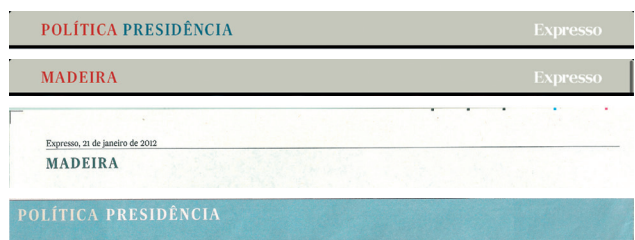
As secções que se seguem, maioritariamente percorrem as mesmas linhas gráficas nos dois formatos e têm as mesmas designações, variando consoante a notícia de edição para edição. Estas secções têm as mesmas denotações, variando apenas em alguns casos as escolhas das cores apli-



Img. 119  
•Impresso e Tablet• Secção "Destaques" do formato impresso e tablet.

cadados nos títulos e respetivas caixas de cor, mas de uma forma muito discreta.

Nestes dois formatos as notícias/reportagens estão agrupadas e paginadas\* de forma ligeiramente diferente, isto é, no formato impresso temos as seguintes secções; "Capa, Sumário das Opiniões/Destaques, Nacional,



Img. 120  
•Tablet e Impresso• Cabeçalhos das reportagens.

Internacional, Opinião, Desporto" e no formato tablet temos a "Capa, Ajuda, Sumário, Nacional, Opinião, Internacional, Ficha Técnica".

Concluimos então que as notícias internacionais estão no fim do jornal antes da ficha técnica\* no formato *Tablet*, já a ficha técnica no formato impresso encontrasse entre as opiniões assim como as notícias

do desporto estão nas últimas páginas deste formato. No entanto temos as mesmas notícias nas mesmas secções nos dois formatos referidos.

Img. 121

• *Tablet* • Menu de navegação.



Img. 122

• *Tablet* e *Impresso* • Contextualização da ficha técnica.



O formato *Web*, foge ao esquema dos formatos impresso e *Tablet*, subdividindo as suas notícias/informações por entre um maior número de secções. Temos então um menu bastante completo e bem dividido por temas, sendo de forma mais direta a percepção das notícias que o leitor pretende. Os menus ainda contêm, em alguns casos, submenús que

Img. 123

• *Web* • Menu.



dirigem para subcategorias informativas. Estamos perante um formato bastante completo, de fácil leitura e atualizado quando falamos das notícias que estão nas secções iniciais, já que alguns dos submenús desses respetivos menus, são atualizadas as notícias de uma forma mais lenta e demorada.

De uma forma bem reduzida e selecionada, as notícias do formato *mobile* são disponibilizadas ao leitor. Contém um abreviado número de

Img. 124

• *Mobile* • Menu.



secções/menus, nos quais optam pelos temas com uma importância superior para o leitor.

As grelhas de paginação assim como a divisão da informação pelas páginas varia de formato para formato, adaptando as mesmas notícias ao espaço existente nos vários formatos. Temos no formato impresso uma grelha de cinco e seis colunas e o texto está justificado\*, a escolha tipográfica é maioritariamente com patilhas havendo apenas umas exceções em alguns destaques. Optam por tons sóbrios sem grande impacto visual, percorrendo os azuis petróleo e os vermelhos mais escuros, aplicam as capitulares\* para marcar o início do texto da notícia. As escolhas das imagens são de uma forma geral cuidada e intencional adaptando-se ao rigor deste jornal.



Img. 125  
•Impresso• Grelha de paginação.

No formato *Tablet*, temos grelhas de três e quatro colunas, os seus textos são maioritariamente justificados, tendo algumas exceções como é o caso de alguns destaques e o caso da secção "Opinião" que opta por textos alinhados à esquerda. A escolha tipográfica é maioritariamente com patilhas tendo exceções no caso de alguns destaques que se encon-

Img. 126  
•Tablet• Grelha de paginação.



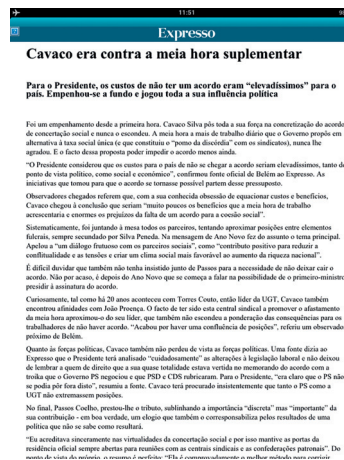


tram entre as reportagens. As cores seguem as mesmas características do formato impresso seguindo a mesma linha gráfica e os mesmos cuidados. Neste formato as imagens têm uma carga expressiva superior, na medida em que têm mais imagens ao longo da edição e por vezes ocupam o ecrã na totalidade.

Todos estes pontos gráficos referidos até aqui sobre a estrutura gráfica do jornal Expresso no formato *Tablet*, sofre totalmente alterações quando se coloca o *Tablet* na vertical, perdendo todo o esquema gráfico e passando a existir um simples texto corrido que ocupa todo o ecrã, alinhado à esquerda e acompanhado pelo título e o texto introdutório, sem mudanças de cores, apenas é aplicado o negrito no título e na introdução. Optam aqui pela escolha tipográfica com patilhas em todo o conjunto.

Img. 127

• *Tablet* • Exemplo de uma reportagem quando se coloca na vertical.



A página *Web*, opta por uma grelha de paginação mais simples, temos nas páginas principais das respetivas secções, destaques das notícias em geral de uma forma reduzida dividindo-se em duas colunas, sendo necessário clicar sobre esses mesmos destaques para termos acesso ao conteúdo na totalidade. Estas reportagens são inseridas nas páginas de uma forma simples, o corpo do texto é alinhado à esquerda, acompanhado com o título da notícia e uma introdução. Em grande parte a escolha tipográfica passa pelas letras sem serifas, tendo como exceção os títulos dos destaques das páginas principais. Nestas páginas temos uma terceira coluna que está reservada para elementos constantes entre edições, atualizando os seus conteúdos mas mantendo sempre os mesmos elementos base.



Img. 128

• Web Grelha da paginação.

No *Mobile* vemos as notícias do jornal Expresso, em forma de lista acompanhadas por vezes por uma imagem e seu título, ao clicar sobre cada elemento iremos para o corpo do texto, que se encontra no ecrã de uma forma simples, alinhado à esquerda, acompanhado por uma introdução e seu título. As letras com serifas são aplicadas no miolo\* e no título, já a introdução opta pelas letras sem serifas. Neste formato as cores selecionadas, são muito limitadas variando do azul (do logótipo) aplicado nos títulos, para um cinza claro que corresponde aos textos.



Img. 129

• Mobile Grelha de paginação.

### 3.4.3 Análise dos conteúdos dos aspetos dos cadernos adicionais do Jornal "Expresso"

O jornal Expresso é acompanhado no formato impresso e *Tablet* por mais cinco cadernos que têm objetivos informativos distintos. As mesmas linhas gráficas são aplicadas nos dois formatos, havendo ajustes no formato tablet como forma de melhorar a adaptação dos conteúdos aos espaços disponíveis. Porém, são tidos em conta símbolos/elementos marcantes nas edições nos dois formatos.

Img. 130

• **Tablet**• Primeiras páginas e capas dos cadernos suplementares.



Numa comparação dos dois únicos formatos destes cadernos (impresso e *Tablet*), deparamo-nos com características interessantes, como é o caso da capa do caderno “Revista” na qual são aplicadas as mesmas características gráficas de um formato para outro, tendo contudo o formato *Tablet* uma animação sobre a imagem, acompanhada por uma música tipicamente francesa (tema de que se trata a notícia principal da capa).

Img. 131

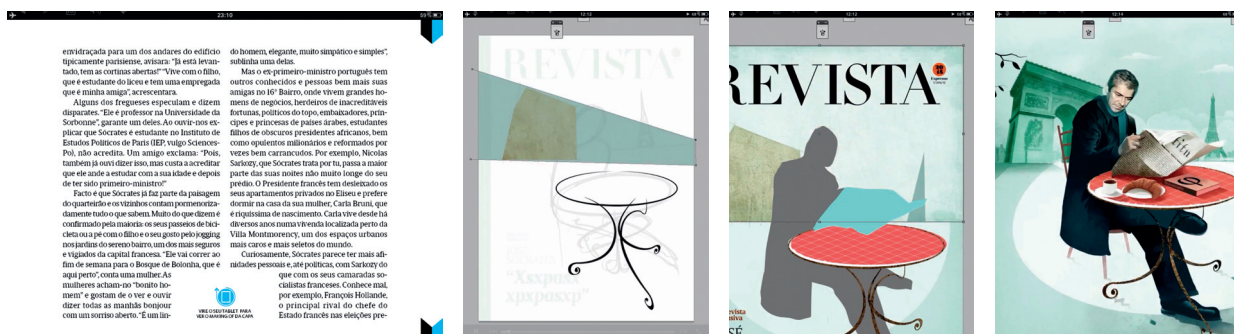
• **Tablet**• Exemplo da interatividade da capa.



Outro elemento interessante neste caderno é o facto de existirem aplicações extras entre as reportagens, como é o caso da reportagem da notícia da capa, na qual temos num determinado momento do miolo do texto, à disposição uma gravação da elaboração desta capa pelo designer, sendo possível visualizá-la quando giramos o tablet para a posição vertical, posição maioritariamente indisponível para a leitura da revista.

Img. 132

• **Tablet**• Exemplo da interatividade de uma das reportagens.



Nesta revista temos no formato impresso e *Tablet* na maioria, os mesmos conteúdos informativos e os mesmos elemento gráficos que compõe a notícia e a paginação, contudo o formato *Tablet* aproveita esses mesmos elementos/grafismos, e aplica-lhes animações, sendo necessário uma maior exploração do leitor para ler o conteúdo ao até mesmo ter acesso a legendas\*, imagens e pequenas definições, que no formato impresso estão de uma forma direta no papel. Exemplo disso temos a página do "login ///FALATÓRIO", no qual temos nos dois formatos



as mesmas pessoas em questão com as suas respectivas declarações, no entanto no formato *Tablet* essas declarações só surgem se o leitor clicar sobre a fotografia da pessoa, que pretende ler.



Img. 133

• *Tablet*• Exemplo da interatividade de uma das reportagens.

Esta ideia repete-se várias vezes ao longo da edição, no formato tablet, tornando a revista ainda mais interessante.

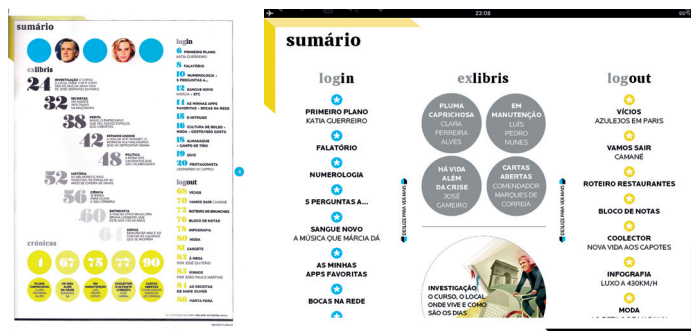


Img. 134

• *Tablet*• Exemplo da interactividade de algumas reportagens.

Pode-se concluir, que existe uma preocupação em manter a mesma linha do formato impresso, desde a capa até ao conteúdo interno. A tipografia coincide na maioria dos casos, as cores das letras assim como dos elementos gráficos, só em possíveis exceções é que se poderá verificar alterações. A grande diferença será talvez o sumário, que opta no formato *Tablet* por dividir as notícias em três separadores\* principais, por três colunas bem definidas e elimina o separador “Crónicas”, o que no formato impresso não acontece. Passa então o conteúdo que pertencia à secção “Crónicas”, a pertencer à secção “Exlibris”, no formato *Tablet*. No entanto o mesmo grafismo mantém-se, estando os círculos bem presentes assim como a gama de cor seleccionada.

Img. 135  
•Impresso e Tablet• Exemplo do sumário.



O caderno Economia do jornal expresso mantém-se com bastante fidelidade no formato *Tablet*, assim como se verifica em todos os cadernos suplementares. Temos mais uma vez uma organização dos temas muito idêntica entre formatos, alterando alguns pontos para uma melhor adaptação do conteúdo informativo ao espaço que o *Tablet* disponibiliza. Este caderno mais uma vez no formato *Tablet* agrupa as reportagens de opinião no fim de todas as notícias, assim como, opta por utilizar os mesmos símbolos gráficos com um fim de animação, tornando a mesma

Img. 136  
•Tablet• Exemplo do sumário no caderno Economia.



Img. 137  
•Tablet• Exemplo de duas das reportagens.



notícia um pouco mais dinâmica. No formato *Tablet* temos dois sumários, um sobre as reportagens que teremos e o outro é sobre os textos de opinião, no entanto nenhum destes sumários aparecem no formato impresso. Mantêm as mesmas imagens os mesmos elementos que existem no formato impresso, adicionando contudo, dados que no formato impresso não são possíveis como é o caso do vídeo, que complementa uma das entrevistas editadas neste caderno.

O caderno Actual, quando falamos em conteúdo opta em manter uma grande parecença entre o formato impresso e o formato *Tablet*, compondo só algumas características, assim como, adiciona alguns elementos (gravações) que acham pertinente e interessante fornecer ao



Img. 138  
•Impresso e *Tablet*• Exemplos do sumário do caderno Actual.

leitor. O Sumário do formato *Tablet* é mais completo, e opta apenas por uma imagem e respetivo título das secções a que pertencem, tendo no formato impresso o título da notícia e a página onde se encontra.

Os conteúdos das notícias seguem as mesmas linhas gráficas, havendo contudo uma alteração na secção "Cartaz", na qual a forma como



Img. 139  
•Impresso e *Tablet*• Exemplo do conteúdo "Cartaz".



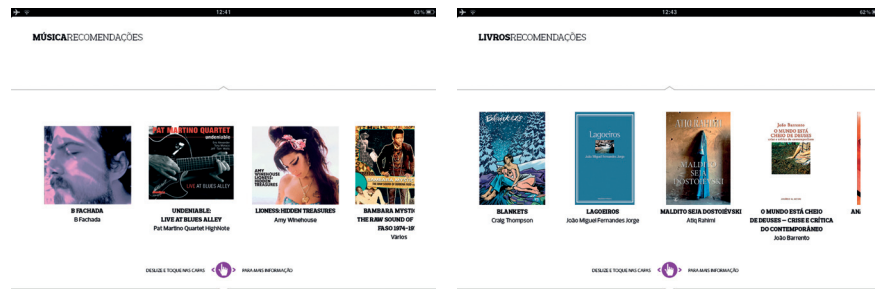
as notícias são expostas, são diferentes, O formato *Tablet* optando por criar um esquema com botões que permitem, escolher primeiro a zona do país que interessa ao leitor saber dos eventos, depois escolhe a vertente que pretende e só depois terá acesso a uma espécie de lista com as atividades correspondentes à escolha. É uma forma de facilitar a leitura.

Os únicos conteúdos extras no formato *Tablet*, são as recomendações das músicas e dos livros que o caderno “Actual” aconselha.

Temos a escolha tipográfica do mesmo género nos dois formatos assim como as cores aplicadas por todo o conteúdo do caderno.

Img. 140

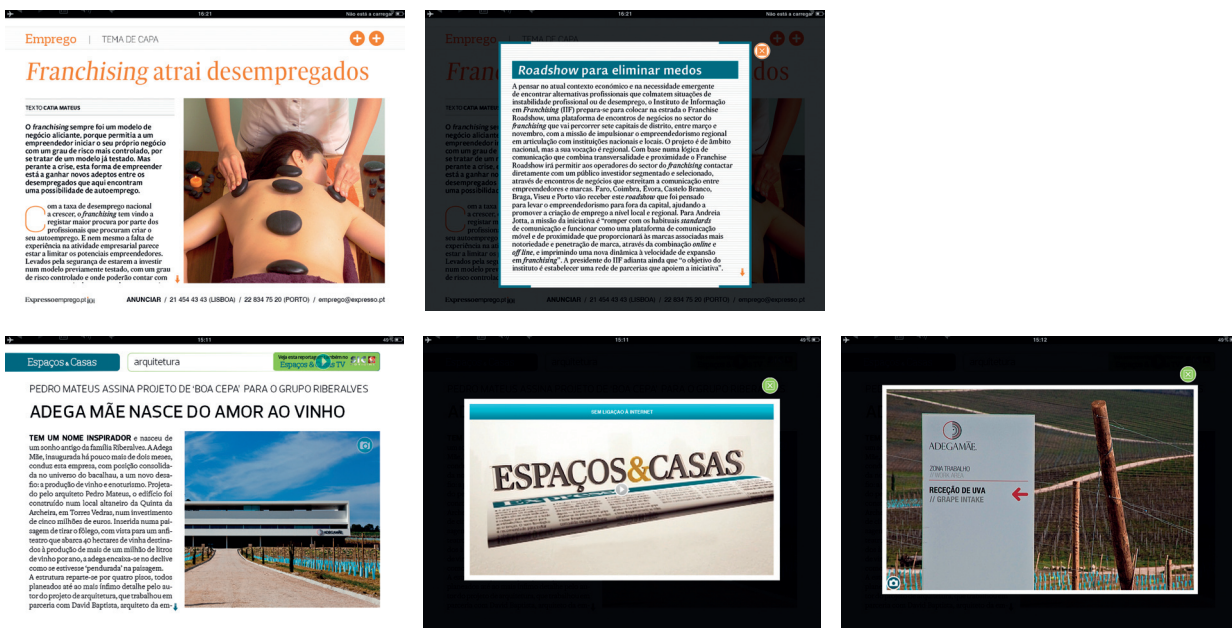
• *Tablet* • Exemplo das secções extra.



Por fim temos os dois últimos cadernos que complementam o jornal expresso, sendo estes o "Emprego" e o "Espaço e Casa". São os de menor conteúdo, com temas e objetivos bem específicos. Mais uma vez têm as mesmas linhas gráficas nos dois formatos, optando apenas por não conter o que é relacionado com anúncios, classificados (quer de emprego quer de casas) no formato *Tablet*, estando apenas disponível no formato impresso e na página *Web* do jornal expresso.

Img. 141

• *Tablet* • Exemplo da interação das notícias no formato tablet dos cadernos "Emprego" e o "Espaço e Casa".



### 3.5 Jornal “Público”

#### 3.5.1 Análise dos conteúdos dos aspetos gerais do Jornal "Público"

O jornal “Público” foi desenvolvido há cerca de vinte e dois anos, tem como diretora Bárbara Reis; Diretores adjuntos Nuno Pacheco, Manuel Carvalho e Miguel Gaspar; Diretora executiva online Simone Duarte, como diretora de Arte Sónia Manos; Diretora executiva Simone Duarte; Editores Luciano Alvarez, Victor Ferreira; Editor de plataformas e multimédia Sérgio B. Gomes ; Webmaster Paulo Almeida. É um jornal de referência, transita por notícias nas áreas da política, economia, social e desportivas, tem um design bastante tradicional, organizado e neutro sem grandes impactos visuais.

Este órgão de comunicação tem uma versão impressa paga, a respetiva página *Web* ([www.ionline.pt](http://www.ionline.pt)) gratuita, um formato gratuito para o *Iphone*, um formato para *Androide* e *Ipad* gratuito. Recentemente houve um redesign do formato impresso, assim como o formato para o *Tablet* sofreu ajustes dos seus conteúdo já existente passando agora a ser pago.

Img. 142

•Impresso, Tablet, Web e Mobile•

Exemplo das primeiras páginas dos diferentes formatos do jornal o “Público”.



O jornal Público proporciona, uma diversidade de conteúdos que compõe os vários formatos. Basicamente é possível dividir os formatos em dois grupos, o impresso no qual a informação é gravada no papel com notícias referente ao dia, seguindo os contornos do típico jornal de referência. E temos as versões digitais, nas quais existe uma constante atualização da informação ao longo do dia, com grande presença e com o grande objetivo de proporcionar informação atualizada aos seus leitores.

O formato impresso com esta reformulação, passa a expor uma imagem mais “limpa” quanto aos seus conteúdos, isto é, pela primeira página já se verifica uma diminuição dos números de destaques, estando

os espaços brancos em predominância. A primeira página do formato impresso destaca uma série de temas, com pequenas introduções, acompanhadas dos seus títulos e por vezes imagens. A zona do logótipo é reservada para um destaque de maior impacto, acompanhado por um grande título, sua entrada e respetiva referência à página e caderno onde pertence.

Um elemento interessante nesta nova versão do jornal o Público, é a recolocação da informação referente ao jornal e a sua edição, que na antiga versão, agrupava-se toda no canto superior esquerdo da página, sendo recolocado agora em dois espaços, na margem inferior do jornal, ocupando a largura total do mesmo com informações relacionadas, por exemplo, com os anos que tem o jornal, o preço (sendo mais barato nesta versão) e os respetivos diretores. A zona da edição assim como a sua data, encontram-se agora numa barra superior alinhado à esquerda ocupando

Img. 143

•Impresso• Comparação da primeira página do jornal o "Público" antes e depois do redesign.

EDIÇÃO PORTO TER 6 MAR 2012

**Islandia está a julgar um ex-primeiro-ministro por governar mal** p24

**P**

**Gaspar e Álvaro disputam controlo de 5800 milhões do QREN**

A guerra entre os ministros das Finanças e da Economia pelo controlo das verbas comunitárias do QREN vale 5800 milhões de euros. Passos recebeu ontem os dois ministros. Santos Pereira continua **Destaque, 2/3**

**Estaleiros de Viana ameaçam arrastar arsenal do Alentejo**

Em 2010, o Estado transferiu metade do capital do Alentejo para os estaleiros de Viana. Os problemas de Viana continuam e a crise ameaça agora o Alentejo. **p18**

**TELEVISÃO RTP EM RISCO DE PERDER 13 MILHÕES POR CAUSA DAS AUDIÊNCIAS** Portugal, 4/5

Canal	Audiência (em %)
RTP1	19,5
RTP2	3,8
SIC	21,2
TVI	26,9
Cabo	24,6
Outros	4,0

Méridia/Kantar Média das audiências televisivas de 14.5 de Março, em percentagem

**Os mórmones votam em Cristo, não em Mitt Romney**

Os mórmones votam em Mitt Romney repetem hoje os passos que o candidato à Casa Branca Mitt Romney deu aos 21 anos. Mas não têm a certeza se votariam nele. **p22**

**Bancas quase não empresta dinheiro às famílias**

A renúncia do crédito está precisamente fechada para as famílias portuguesas: só 13% do dinheiro que a banca empresta está a ir para particulares. **p14**

**OPINIÃO**

**A visão do Ministério da Justiça parece ser de alguma complacência com o crime de baixa intensidade** Paulo Rangel, p. 50

**Público**

**Previsões para PIB português reforçam cenário de novo resgate**

A seguir à Grécia, Portugal é o país do euro com as piores perspectivas em 2012. PIB cairá 3,3% este ano

**Capital angolano na Tobis**

Estúdios vendidos a empresa que o Governo mal conhece

**Estado pagará a agências para arranjar trabalho**

**Travado reforço da State Grid e Oman Oil na REN**

**Intimigo Público**

Urso de Berlim para Governo de Passos

**Adorno Dias na RTP**

"O que eu penso é que o Rui Pedro está vivo"

**Cinema**

A ficção científica ajuda a pensar o presente e o futuro? **p2**

**Paulo David**

Um arquitecto premiado entre o silêncio e o assombro **p10**

**Novas espécies**

Portuguesa ajuda a descoberta na gruta mais funda da Terra **p19**

**Investigação da ONU**

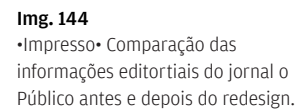
**Repressão é decidida pelo topo do regime**

**Relação decide repetir parte do julgamento**

Penas de Cruz e Saviñó foram reduzidas e a de Marçal retirada **Págs. 4-5**

apenas uma linha. No decorrer deste espaço, temos a referência a um destaque com o mesmo conceito anterior de ocupar apenas uma linha, que abrange a restante área depois das informações do jornal.





publico.ve

# Disputam

## o controle do QREN

A guerra entre os ministros das Finanças e da Economia pelo controle das vertentes comunitárias do QREN vale 580 milhões de euros. Passos recobres centem os dois milhões. Santos Pereira controla Medusa 52

RTPI 13,9 13,5

RTF2 3,8 3,2

SC 21,2

TELEVISÃO RTP EM RISCO DE PERDERER 580 MILHÕES POR CAUSA DAS AUDIÊNCIAS Portugal, 4/6

Exclusivos do Vozes americanas a serem arrendados ao Afriete

Em 2006, o Afriete, o primeiro canal de televisão pago de Portugal, foi vendido para o empresário de Miami, Guilherme de Mello. O negócio, que valeu 10 milhões de dólares, obrigou a venda de 10 milhões de ações da empresa de Mello.

**Img. 145**  
• Impresso • Escolha tipográfica aplicada no título com mais destaque da edição, e nos restantes destaques.

Tipo de Crime	Denúncias antes de 2014	2014
TV	286	269
Cabo	242	246
Outros	40	121

**TV**

**Cabo**

**Outros**

■ Denúncias antes de 2014 ■ 2014

**Img. 146**  
•Impresso• Exemplos das diferentes formas de criar destaque.



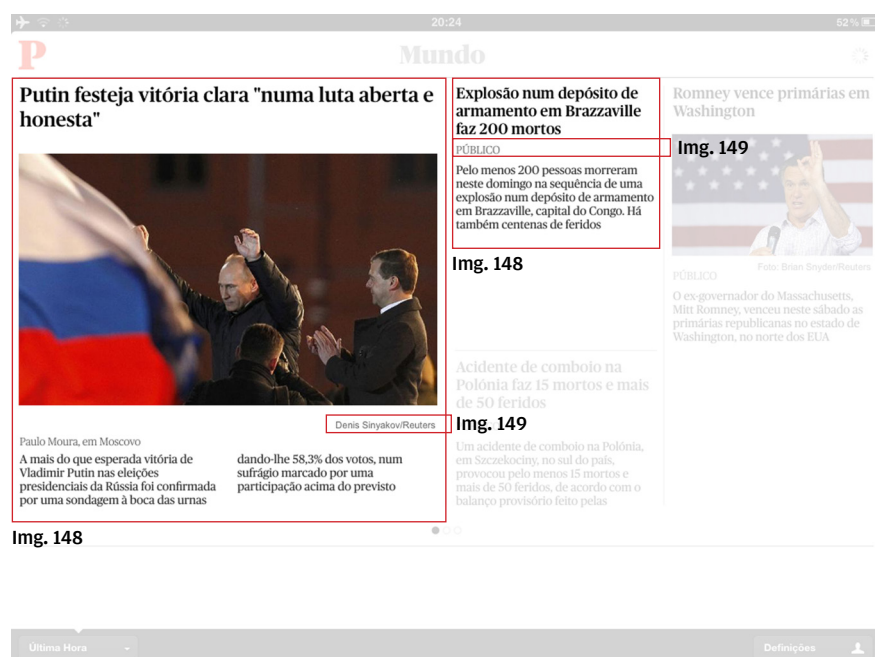
Img. 147  
• Tablet • Exemplos da primeira página.

A primeira página do formato para *Ipad*, opta por uma paginação simples, sem grandes efeitos e animações. O conteúdo está disponível sobre movimentos horizontais, de página para página, é disponibilizado



um determinado número de destaques, superiores ao formato impresso, acompanhados pelo título, introdução e por vezes imagens e subtítulos em certas notícias. Maioritariamente todo o conteúdo é composto por tipos de letras com serifas, desde os títulos, subtítulo e o texto de entrada

Img. 148 e 149  
• Tablet • Exemplo da tipografia aplicada.



(img. 148), alterando as assinaturas das imagens e subtítulos, que optam por letras sem serifas (img. 149). As escolhas cromáticas são muito limitadas, apenas temos o preto para a maioria dos títulos, com a exceção do destaque da primeira página, no qual se pretende dar uma importância maior, aplicando para isso a cor cinza e um maior espaço na composição dos conteúdos. O texto está alinhado à esquerda e é distribuído pelas colunas consoante o conteúdo. Quando necessário optam por colocar um destaque em duas colunas da página, maioritariamente quando acompanhadas por imagens. Todos os destaques são separados por filetes verticais e horizontais.

Graficamente o formato para *Iphone* é simplificado, tendo os respetivos destaques atualizados a cada momento, e temos em todas as secções, um primeiro destaque com mais realce, no qual a imagem ocupa maior espaço e é acompanhada por um título e uma pequena entrada.



Img. 150

•*Mobile*• Exemplo da primeira página.

Img. 151

•*Mobile*• Exemplo do primeiro destaque.

De seguida temos uma espécie de lista na vertical, de destaques dos variados temas, no qual as imagens são mais reduzidas, alinhadas à esquerda do ecrã e complementadas pelo título do destaque e a uma pequena entrada de texto.



Img. 152

•*Mobile*• Exemplo dos restantes destaques.

A escolha tipográfica é quase sempre com serifas, nos títulos e entradas dos destaques (Img. 153), tendo com exceção as secções do menu, nos

quais as letras não serifadas são a opção (Img.154). As cores escolhidas são muito reduzidas, optando por dois tons de cinza nos títulos e nas entradas de texto, com exceção do primeiro destaque no qual o texto é aplicado sobre a imagem e sobre uma moldura de cor com percentagem de transparência, para melhorar a leitura é aplicado o branco no texto. O único ponto de cor com mais impacto é o vermelho utilizado nas secções do menu.

Img. 153

• *Mobile* • Exemplos das escolhas tipográficas com serifa.

Img. 154

• *Mobile* • Exemplos das escolhas tipográficas sem serifa.



Img. 154

Img. 153

Img. 153

O formato *web* do jornal o Público, tem como principal objetivo ser o centro informativo das notícias de última hora, somos “bombardeados” por uma série de destaques dos mais variados temas. É disponível na página *home* um variado número de notícias, animações, vídeos dos vários acontecimentos do momento. O principal objetivo não é fornecer grandes textos mas sim proporcionar ao leitor *web* uma atualização dos acontecimentos do mundo.

Img. 155

• *Web* • Exemplos da primeira página.



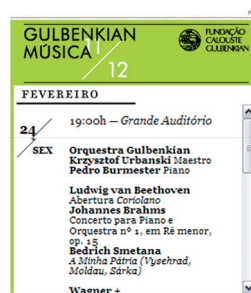


A página home é bastante preenchida, tendo vários destaques por toda a página divididos por filetes e por vezes por secções de variados temas.

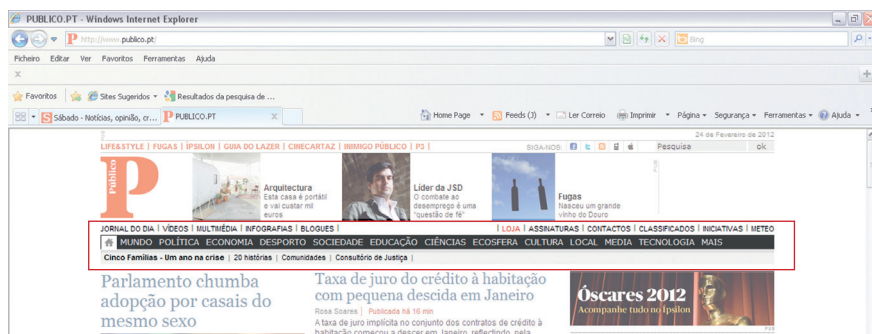


Img. 156  
•Web• Exemplos dos diferentes destaques aplicados no formato web.

Possui algumas publicidades animadas permitindo uma maior interação, assim como um variado número de menus que hiperligam para outras páginas informativas mais específicas.



Img. 157  
•Web• Exemplo de uma das publicidades aplicadas.



Img. 158  
•Web• Barra de menu.

Temos visivelmente três colunas de conteúdos, isto é, a coluna do meio é reservada para os destaques de vários temas, atualizados consoante a sua introdução na página, aparecendo do mais recente para o menos. As outras duas colunas nas margens são mais específicas, tendo variadas secções que agrupam os vários conteúdos informativos que estão relacionados, permitindo assim ao leitor encontrar notícias por temas.

Img. 159

• **Web** • Exemplo das secções que agrupam destaques ao longo da primeira página.



Alguns dos destaques da coluna central, são depois referenciadas nas várias secções das colunas laterais, permitindo ao leitor várias formas de encontrar temas do seu interesse em diferentes momentos da página.

Img. 160

• **Web** • Exemplo de um mesmo destaque em diferentes momentos.



São ainda utilizadas as colunas laterais para a publicidade, e aplicações extras de carácter complementar ao conteúdo principal do jornal, como é o caso do slide de opiniões; o menu das notícias mais lidas, mais comentadas e mais partilhadas; a foto do dia e o cartoon; a aplicação dos amigos da página do facebook do jornal Público; a meteorologia; os blogues; um menu com vários ícones com hiperligações para informações úteis sobre o jornal; um botão para o pdf do caderno imobiliário; e por fim “Cargas e Transportes” um espaço dedicado a notícias sobre transportes, trata-se de um conteúdo que nos hiperliga para uma nova página autó-



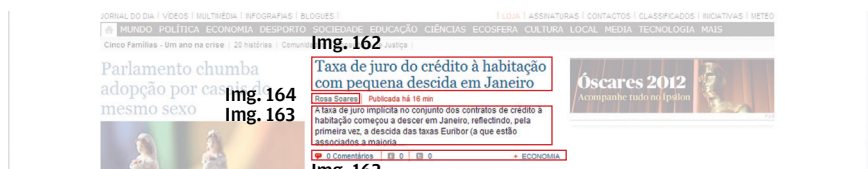
noma com apenas temas relacionados com a secção e na qual ainda existe um submenu. Por fim, a zona final da página compõe publicidade e destaques dos cadernos adicionais que acompanham o jornal o Público.

Verificamos que as escolhas tipográficas são específicas para cada conteúdo, os títulos maioritariamente são com serifas assim como as secções das colunas laterais e das barras de menu. As letras não serifadas são utilizadas nos antetítulos, entradas, subtítulos e assinaturas, assim como nas secções que surgem ao longo da página agrupando destaques relacionados. As cores seleccionadas para este formato, variam entre o



**Img. 161**  
• Web • Escolha tipográfica.

azul nos títulos do conteúdo das secções “Última hora, Vídeos, Desporto e Economia” nos restantes títulos (Img. 162) da coluna central e nos conteúdos extras que acompanham os destaques (Img. 162). O cinza escuro é também aplicado nas introduções dos destaques (Img. 163), sendo o cinza claro utilizado nos antetítulos e nas assinaturas das imagens (Img. 164). Por fim, temos o vermelho aplicado em diversos pequenos elementos, tendo como objetivo destacar, como é o caso das secções das colunas laterais, nos quais as suas denominações estão a vermelho, assim como os pequenos filetes que dividem os temas.



**Img. 162**  
• Web • Exemplo da escolha cromática, nos textos de entrada.

**Img. 163**  
• Web • Exemplo da escolha cromática, nos títulos.

**Img. 164**  
• Web • Exemplo da escolha cromática, nos subtítulos e assinaturas das imagens.

### 3.5.2 Análise dos conteúdos dos aspetos internos do Jornal "Público"

No decorrer da leitura do jornal nos diferentes formatos, deparamo-nos com uma realidade diferente encontradas até aqui, na análise do jornal expresso e seus respetivos formatos, no qual verificou-se uma reprodução idêntica do formato impresso para o *Tablet* com as devidas introduções das aplicações interativas. Tudo isto deixa de ser regra quando se analisa o jornal o Público, no qual se verifica uma ligação mais forte entre o formato *Tablet* e *Mobile* com a respetiva página *Web*, deixando de se identificar diretamente com o formato impresso.

No formato impresso temos a informação separada pelas seguintes secções, “Destaques, Portugal, Economia, Mundo, Desporto, Espaço Público, Local Lisboa, Local Porto”. No caso do formato *Tablet* e *Mobile* temos a “Home, Mundo, Política, Economia, Desporto, Sociedade, Educação, Ciências, Cultura, Local, Media e Tecnologias”; que se aproximam muito do formato *Web*, tendo apenas este último acrescentado a secção “Ecosfera”. Existe visivelmente uma disposição dos conteúdos bem distinta do formato impresso para os restantes formatos, verificamos que nos formatos *Tablet*, *Mobile* e página *Web* existe uma junção das secções numa única barra de “menu”, no qual os botões fazem uma hiperligação para as páginas referentes a essa secção. O formato impresso opta por dividir as suas notícias por secções ao longo do jornal, acompanhadas pelas suas imagens, destaques e por vezes elementos extras ou até mesmo publicidades.

Img. 165

•Impresso, *Web* e *Mobile*• Exemplo das várias secções nos diferentes formatos.



O formato impresso do jornal Público, no dia 5 de Março de 2012, sofreu um redesign significativo. Deparamo-nos com uma atualização dos seus espaços, temos colunas mais rígidas e marcadas, o espaço branco

Img. 166

•Impresso• Exemplo da grelha de paginação.



é predominante assim como a as cores fortes em pequenos elementos, passando a ser referência deste formato. As imagens ganham um poder superior, ocupando maiores zonas, tendo uma maior importância na página e no conteúdo relatado.

Na maioria das páginas deste jornal podemos dividi-la em três zonas distintas, isto é, temos a barra do cabeçalho, de seguida uma zona com um grande título acompanhado por vezes por destaques nessa mesma zona, e por fim temos o conteúdo do tema principal assim como subtemas que compõe as páginas. Cada página tem uma grelha de cinco colunas, com textos justificados, sendo uma exceção os destaques que encontram por entre as reportagens, aparecendo alinhados à esquerda acompanhados por elementos de destaque, como é o caso dos tamanhos de letra, por vezes maiores, ou com cores fortes ou até mesmo com caixas de cor sob o texto.

Temos maioritariamente letras com patinhas na maioria do conteúdo, com as respetivas exceções, como é o caso do cabeçalho, dos destaques que aparecem por entre as reportagens, as assinaturas das imagens e os subtítulos.



Img. 167

•Impresso• Exemplo das exceções das escolhas tipográficas.

Por momentos temos colunas a serem utilizadas para referir reportagens de opinião, pequenos excertos de citações, ou até mesmo pequenos textos de notícias referentes à reportagem. As escolhas cromáticas são feitas com uma intenção, isto é, cada cor selecionada refere um elemento sendo possível criar uma linha de identificação por todo o jornal. Temos então o preto nos textos das reportagens, nos títulos e entradas dos

A queda abrupta das audiências da RTP, com o novo sistema de medição que começou a ser utilizado na passada semana, pode levar a um prejuízo significativo nas contas deste ano e desvaloriza o preço do canal que o Governo pretende alienar. O conselho de administração da RTP



Img. 168

•Impresso• Exemplo da cor preta aplicada, nas reportagens.

mesmos (Img. 168). De seguida temos o nome do autor do texto a cinza e a referência espacial temática da notícia a vermelho forte, cor aplicada também no cabeçalho no nome correspondente à secção, sendo o restante

Img. 169

•Impresso• Exemplo da escolha cromática, numa das secções.

4 | PORTUGAL | PÚBLICO, TER 6 MAR 2012

## Queda das audiências irá reduzir a

a preto (Img. 169). Os destaques, aplicam desde o azul claro, ao laranja e por vezes o branco nos seus textos, no entanto por momentos utilizam caixas de cor, entre o cinza claro ao azul (já referido), sob os textos.

Img. 170

•Impresso• Exemplo dos diferentes destaques entre as reportagens.

4 | PORTUGAL | PÚBLICO, TER 6 MAR 2012

PÚBLICO, TER 6 MAR 2012 | PORTUGAL | 5

## Queda das audiências irá reduzir a facturação em publicidade da RTP

Cada ponto de audiência vale na RTP metade dos privados e a desvalorização pode afectar venda de um canal. Administração da TV pública toma hoje posição sobre a empresa GIK.

**Notícia**  
A queda das audiências da RTP, em comparação com as emissoras privadas, pode afectar a sua facturação em publicidade. A administração da TV pública toma hoje posição sobre a empresa GIK, responsável pela medição de audiência no país. Segundo a RTP, a GIK tem vindo a desvalorizar o ponto de audiência da TV pública em relação ao privado, o que afecta directamente a facturação da TV pública. A RTP considera que a GIK não tem sido justa e precisa de ser substituída por uma entidade independente.



13,9%

19,5%

19,5%

**Perguntas e Respostas**  
O que é a audiência?  
A audiência é o número de pessoas que vêem um determinado programa de televisão. É medida em pontos de audiência, onde um ponto representa 100 mil espectadores.

Nova medição de audiências pode alterar decisões de investimento dos anunciantes

Os anunciantes que investem em publicidade na RTP podem ser afectados pela nova medição de audiências. A RTP considera que a GIK tem vindo a desvalorizar o ponto de audiência da TV pública em relação ao privado, o que afecta directamente a facturação da TV pública. A RTP considera que a GIK não tem sido justa e precisa de ser substituída por uma entidade independente.

Factor económico impulsiona no concurso em detrimento da qualidade do serviço

A RTP considera que a GIK não tem sido justa e precisa de ser substituída por uma entidade independente. A RTP considera que a GIK não tem sido justa e precisa de ser substituída por uma entidade independente.

Com um aspeto bem distinto temos os restantes formatos, de um modo geral as primeiras páginas de cada secção, são compostas por uma lista de várias notícias, nos quais existe uma hiperligação que nos reporta para a reportagem na totalidade, que por sua vez ocupa uma página na totalidade, pelo menos no formato *Tablet* e *Mobile*.

Img. 171

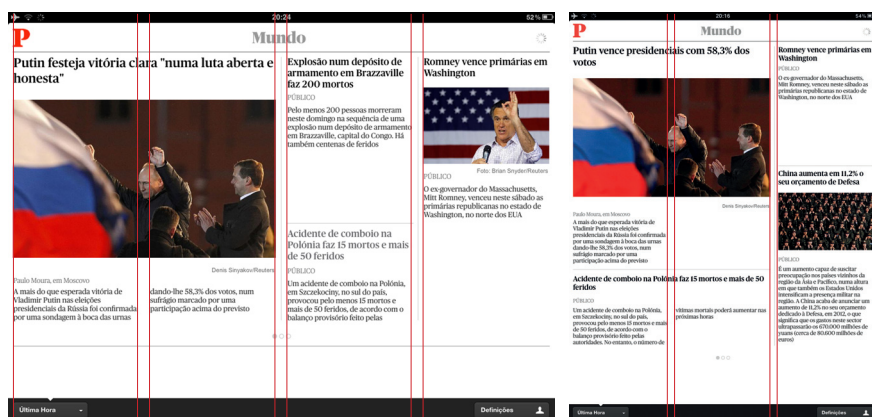
•Tablet, Mobile e Web• Exemplo da hiperligação do destaque de uma reportagem para o texto completo.

Two screenshots of the Público newspaper website. The left screenshot shows a news article titled 'Putin vence presidenciais com 58,3% dos votos' with a sub-headline 'Romney vence primárias em Washington'. The right screenshot shows a news article titled 'Acidente de comboio na Polónia faz 15 mortos e mais de 50 feridos' with a sub-headline 'China aumenta em 11,2% o seu orçamento de defesa'.





O formato *Tablet* pode ser visto na vertical ou na horizontal, mas sempre com o mesmo conceito para percorrer de página para página, ou seja, é necessário movimentos sempre horizontais para termos acesso às outras páginas.



Img. 172  
• *Tablet* • Exemplo da grelha de paginação com o tablet na vertical e na horizontal.

O formato *Mobile* é visto sempre na posição vertical e é necessário movimentos verticais para termos acesso ao conteúdo na totalidade, assim como o movimento horizontal para prosseguir para uma nova página com uma nova reportagem.

No formato *Tablet* temos uma grelha de paginação nas secções, de quatro colunas verticais e duas colunas horizontais, isto quando o *Tablet* se encontra na horizontal, no caso de o colocarmos na vertical, passamos a ter três colunas verticais e três na horizontal por página/slide.

Quando pretende dar mais evidência a um certo tema optam por ocupar mais espaço na composição da página. Ao clicarmos em qualquer uma das notícias referenciadas, iremos para uma nova página que compõe todo o conteúdo referente a essa reportagem. O conteúdo ajusta-se a uma

Img. 173

• **Tablet** • Exemplo de um destaque com maior impacto.

### Putin festeja vitória clara "numa luta aberta e honesta"



Paulo Moura, em Moscovo

A mais do que esperada vitória de Vladimir Putin nas eleições presidenciais da Rússia foi confirmada por uma sondagem à boca das urnas

dando-lhe 58,3% dos votos, num sufrágio marcado por uma participação acima do previsto

Denis Sinyakov/Reuters

### Explosão num depósito de armamento em Brazzaville faz 200 mortos

PÚBLICO

Pelo menos 200 pessoas morreram neste domingo na sequência de uma explosão num depósito de armamento em Brazzaville, capital do Congo. Há também centenas de feridos

### Romney vence primárias em Washington

PÚBLICO



Foto: Brian Snyder/Reuters

O ex-governador do Massachusetts, Mitt Romney, venceu neste sábado as primárias republicanas no estado de Washington, no norte dos EUA

### Acidente de comboio na Polónia faz 15 mortos e mais de 50 feridos

PÚBLICO

Um acidente de comboio na Polónia, em Szczecinek, no sul do país, provocou pelo menos 15 mortos e mais de 50 feridos, de acordo com o balanço provisório feito pelas

grelha de três colunas, quando visto na horizontal e duas colunas no caso de o *Tablet* estar na vertical. É composto por um título no início da página, de seguida a imagem (que ocupa diferentes espaços nas diferentes posições do *Tablet*) e por fim o texto. Quando necessário o conteúdo utiliza mais que uma página, sendo visto sempre com movimentos horizontais sobre o ecrã.

Img. 174

• **Tablet** • Exemplo da grelha de paginação de uma reportagem no *tablet* na vertical e na horizontal.

### Peniche tem projecto que aproveita energia das correntes marítimas

Carlos Clertans


Mais do que a produção, o objectivo da instalação, que tem o apoio da União Europeia, visa desenvolver uma tecnologia que possa expandir esse tipo de energia que é renovável e limpa.

Aproveitar as correntes submarinas do fundo do mar para produzir energia eléctrica é o objectivo do projecto Wavecider, de tecnologia holandesa, que vai instalar na fiação de estacaria ao largo do mar, que é da responsabilidade dos Estaleiros Navais de Peniche.

Os trabalhos estão em curso desde Janeiro e, em Maio, deverá ser depositado a três milhas (cerca de 5 km) da praia da Abadeira (Baleia), a uma profundidade de 25 a 30 metros, o primeiro subaquático que se moveu ao sabor das correntes, e que estará ligada a terra por um cabo submarino pelo qual será transportada a energia eléctrica que será injectada na rede da REN/EDP.

A receita assim obtida será residual, como residual é também a quantidade produzida. Trezentos kWh é menos de 10% da capacidade de um moinho eólico, mas Carlos Meta, administrador dos Estaleiros Navais de Peniche, recorda que isto é para I&D (investigação e desenvolvimento) e que não é por acaso que se trata de um projecto financiado pela Comissão Europeia, através do 7º Programa Quadro.


O objectivo é, pois, experimentar, aperfeiçoar, de modo a que mais tarde se possa produzir mais e melhor tecnologia e expandir esta fonte de energia, que é renovável e limpa, porque não tem quaisquer impactos ambientais negativos. Nem sequer poluição, porque os equipamentos



Os Estaleiros de Peniche podem desenvolver um importante papel neste tipo de actividades. Foto: Vítor Roldão

Uma área de actividade. Foto: Vítor Roldão

Instalações Navais de Peniche, recorda que isto é para I&D (investigação e desenvolvimento) e que não é por acaso que se trata de um projecto financiado pela Comissão Europeia, através do 7º Programa Quadro.



Os Estaleiros de Peniche podem desenvolver um importante papel neste tipo de actividades. Foto: Vítor Roldão

Uma área de actividade. Foto: Vítor Roldão

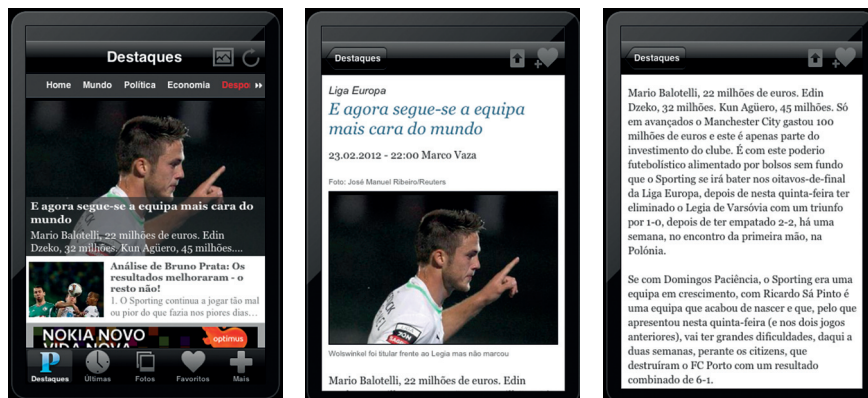
Instalações Navais de Peniche, recorda que isto é para I&D (investigação e desenvolvimento) e que não é por acaso que se trata de um projecto financiado pela Comissão Europeia, através do 7º Programa Quadro.

Quando terminada a reportagem que se está a ler e se prosseguirmos com o movimento horizontal sobre o ecrã, iremos para a reportagem seguinte dessa secção. Os textos são alinhados à esquerda e predomina as escolhas de tipos de letra com serifas, com uma única exceção, nas assi-



naturas das imagens. O preto é a cor de eleição, sendo o cinza aplicado apenas nos separadores no início da página e nos subtítulos.

No caso do formato *Mobile*, temos uma lista na vertical, de destaques referentes a essa secção. Ao clicarmos sobre um dos destaques iremos para



Img. 175

•*Mobile*• Exemplo do texto completo de uma reportagem.

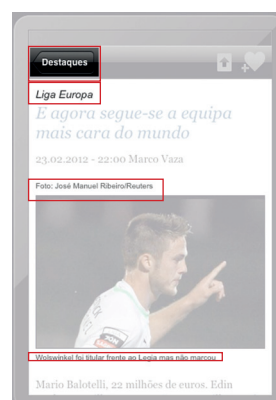
o seu desenvolvimento, no qual temos um antetítulo, um título, uma referência à data, uma imagem e sua assinatura, por fim, o conteúdo reportado. O texto ocupa o total do ecrã e está alinhado à esquerda. A escolha tipográfica é maioritariamente com serifas, havendo exceções no caso dos antetítulos (Imagem176), das assinaturas, legendas(Imagem177)e dos

Img. 178

Img. 176

Img. 177

Img. 177



Img. 176, 177 e 178

•*Mobile*• Exemplo das exceções da escolha tipográficas.



Img. 179

•*Mobile*• Exemplo da alteração cromática e formal de um título no contexto de destaque para a transição de reportagem completa.

botões das secções (Imagem178). O cinza mais escuro ou o branco são aplicados nos títulos dos destaques de cada página principal das secções,



Img. 180

•*Mobile*• Exemplo da alteração cromática e formal de uma entrada no contexto de destaque para a transição de reportagem completa.

que passa a azul claro e para *itálico*\* quando estamos na página de desenvolvimento dessa notícia (Img. 179).

O cinza claro ou branco para os pequenos excertos dos textos das reportagens na primeira página, passando a um cinza mais escuro quando entramos no conteúdo completo, ficando a cinza claro a legenda (Img.180).

O formato *Web* segue um pouco do conceito referenciado anteriormente no formato *Tablet* e *Mobile*. Apresenta em cada secção um conjunto de destaques referentes, dividindo-os por duas colunas de texto, sendo a terceira coluna reservada para a publicidade, apontamentos sistemáticos entre secções, lembretes e slides de notícias. Todos estes destaques hiper-

Img. 181

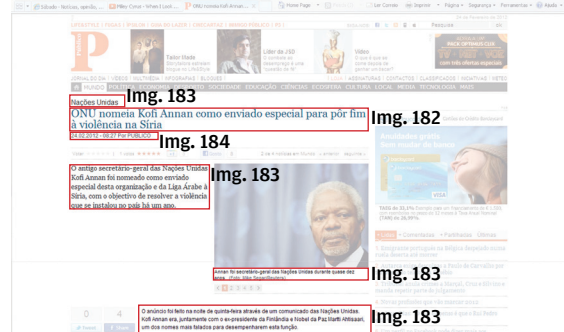
• *Web* Exemplo da passagem do destaque de uma notícia para o seu texto completo.



ligam para uma página que contém a reportagem no seu todo, ocupando quase as duas colunas, com a exceção de um pequeno espaço dedicado para separadores referentes à secção, assim como informações elementares sobre o Público.

Img. 182, 183 e 184

• *Web* Exemplo da escolha Cromática, aplicada nos destaques.



Aqui a introdução mantém o mesmo alinhamento anterior, mas o miolo da reportagem está justificado. Na página de destaques o título está em azul claro, (Imagem182) assim como os elementos de interação com o leitor. Já a cinza escuro está os títulos de notícias relacionadas com o tema em destaque, na entrada da reportagem assim como, no miolo (Imagem183), e por fim o cinza claro nos conteúdos relacionados com a data, hora e referência contextual da notícia (Imagem184). A sua tipografia é toda sem patilhas como exceção do título (Imagem185). O restante conteúdo desta página varia um pouco de secção para secção, mas baseia-se em elementos de interação do leitor com o texto e a página.



**Img. 185**

• *Web* Exemplo da escolha tipográfica aplicadas nas reportagens.

A imagem é um elemento marcante no quotidiano, vindo a influenciar os sentimentos do leitor perante tudo o que o envolve. Por isso, as fotografias aplicadas neste jornal não são exceção, verifica-se uma grande importância dada às mesmas, nos diferentes formatos. Os formatos digitais possibilitam interações, aplicações nas imagens que as tornam mais fortes com mais poder, contudo, a nova edição do formato impresso tem em atenção esse ponto, tendo enaltecido as imagens que envolvem as reportagens, tornando-as maiores mais marcantes. Existe agora novos formatos, que demonstram maior e em melhor qualidade o trabalho dos fotógrafos, podendo existir galerias de imagens com grande qualidade e com uma capacidade de armazenamento superior, divulgando o mundo através da imagem, como diz o jornalista Miguel Madeira “Mas não é a questão da celeridade – que não é nova – que o entusiasma. É o espaço que a *Web* oferece para a publicação de fotografias, não só em bom tamanho, como em quantidade.” Miguel Madeira dá como exemplo a aplicação do ípsilon para *IPad* como um trabalho desenvolvido *online* que valoriza a fotografia, “para o suplemento em papel é necessário escolher, deixar de fora boas fotos, que agora podem chegar aos leitores através do *Tablet* da Apple.”

Este meio de comunicação é composto por vários cadernos que o acompanham ao longo da semana, variando consoante o dia, temos então à sexta o Ipsilon, ao sábado o Fuga e ao domingo a Revista 2.

### 3.6 Jornal “Diário de Notícias”

#### 3.6.1 Análise dos conteúdos dos aspetos gerais do Jornal "Diário de Notícias"

O Diário de notícias, opta por um design tradicional e de referência, seleciona notícias um pouco por todos os temas do quotidiano, desde políticas, sociais, mundiais e desportivas. É um jornal com antiguidade, estando entre os portugueses há cerca de 148 anos, tem neste momento como diretor João Marcelino, como diretora adjunta Filomena Martins e como subdiretores tem Leonídio Paulo Ferreira, Nuno Saraiva e Pedro Tadeu.

Este jornal mesmo com o seu lado tradicional, segue as tendências da época em que vivemos, optando por aplicar as suas notícias aos novos formatos digitais disponíveis. Temos então o formato impresso, a sua página Web (www.dn.pt), o formato para Tablet e Mobile, e por fim temos o formato E-paper, que é um género de pdf do formato impresso, podendo contudo selecionar notícias, aumentar o texto, guardar e transportar o jornal nos suportes digitais por todo o lado.

Img. 186

•Impresso, Web, Tablet e Mobile• Os diferentes formatos do jornal Diário de Notícias.



O Diário de Notícias segue um pouco a mesma linha do jornal o “Publico” no que diz respeito à aplicação aos novos formatos digitais. A transição, por exemplo para o formato Tablet, é bastante distinta em relação ao design, desde a forma de demonstrar os destaques e respetivas notícias assim como as denominações e organizações dadas às secções.

Dos cinco formatos, encontramos apenas a existência de uma ligação mais direta entre eles, sendo exemplo disso, o logótipo que está aplicado na mesma zona e com a mesma importância nos vários formatos.



O formato impresso opta por referenciar diferentes temas nos destaques da sua primeira página, aplicando-lhes realces diferentes, através dos vários tamanhos dos textos, das diferentes escolhas tipográficas, da sobreposição de texto sobre caixas de cor e imagens. Segue uma linha



Img. 187  
•Impresso• Exemplo das exceções das escolhas tipográficas, nos destaques da primeira página.

gráfica comum à maioria dos jornais informativos, escolhendo uma grelha de cinco colunas. Para os destaques, escolhe uma tipografia sem serifas em alguns títulos e introduções, havendo outros com patilhas. Contudo existem elementos que mantêm sempre o seu tipo de letra sendo o caso disso, o subtítulo, as referências às páginas a que pertence a notícia assim como a secção a que corresponde.



Img. 188  
•Impresso• Exemplo dos destaques da primeira página.

Verifica-se em termos de cor um cuidado na sua aplicação, usando apenas o preto para o conteúdo escrito em geral, com a exceção de pequenos apontamentos a vermelho em certos elementos. As caixas de cor são introduzidas consoante o conteúdo, não variando muito o seu leque cromático.

Um ponto bastante interessante neste formato, é o facto de manter algumas das suas páginas a preto e branco, sendo aplicada a cor em apenas determinados momentos, como é o caso da primeira página e a última, assim como a secção Actual 1, DN País (mas não em todas as suas páginas, devido ao esquema de paginação para impressão), o DN Sport, o DN Media (a última página) e por fim o DN Fórum.

O conteúdo do formato *Tablet* foge radicalmente dos conceitos visto até então, temos uma exposição informativa direta, na medida em que, logo da primeira página temos acesso a todas as notícias inseridas



neste formato através de conjuntos horizontais de destaques, para cada secção.

Ao longo da primeira página podemos ter até dez secções que agrupam destaques correspondentes ao seu tema, todos com mais ou menos o mesmo esquema gráfico e a sua hierarquia é feita pelo leitor, que pode configurar a sua página de acordo com os seus interesses de leitura, podendo desativar as secções que não pretendam saber, assim como reorganizar o esquema e tudo isto é possível através do botão "Configurar".

Trata-se de uma paginação simples, geométrica e linear, tendo doze destaques retangulares uniformes por secção, estruturadas por uma imagem enquadrada com o título e antetítulo, ou então por um título,

Img. 189

• Tablet • Botão "Configurar".



Img. 190

• Tablet • Aplicação no formato tablet, que permite manipular o conteúdo que o leitor pretende ter acesso.



antetítulo e um pequeno texto de entrada.

Para se visualizar o conteúdo na totalidade é necessário arrastar o dedo com movimentos verticais para ter acesso a todas as secções, assim como na horizontal para ter acesso aos destaques pertencentes a cada

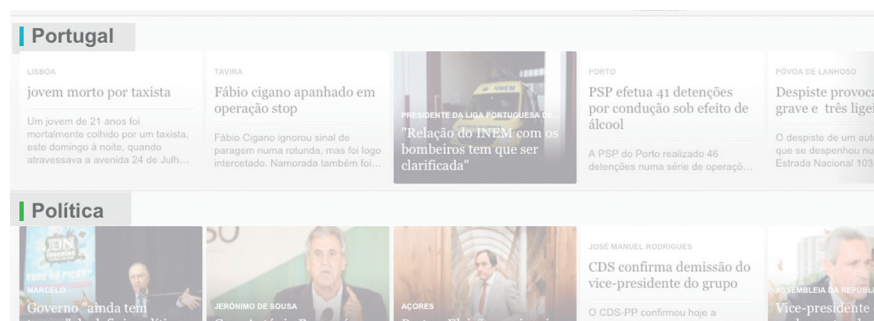
Img. 191

• Tablet • Exemplo de um conjunto de destaques correspondentes à secção "Destaques".



secção. A variação de cores neste formato não é predominante sendo apenas identificadas variações em pequenos apontamentos junto a cada secção, identificando uma cor para cada tema.

A tipografia aplicada, ao contrário do formato impresso, opta por ser coerente utilizando as letras com serifas em todos os títulos (Img. 193), sendo sem serifas os antetítulos (Img. 194), os excertos das entradas (Img.



Img. 192

• *Tablet* • Duas das cores de duas das secções.

195) e as secções (Img. 196). O preto é aplicado nos títulos sobre fundos claros e o branco sobre os fundos escuros ou imagens. O cinza é apli-



Img. 193

• *Tablet* • A escolha tipográfica dos títulos.

Img. 194

• *Tablet* • A escolha tipográfica dos antetítulos.

Img. 195

• *Tablet* • A escolha tipográfica excertos das entradas.

Img. 196

• *Tablet* • A escolha tipográfica das secções.

cado nas secções, nos antetítulos e nas introduções. O fundo da página é um cinza, tendo os retângulos dos destaques um degrade de cinza para branco, em alguns casos. No caso das secções “Vídeos”, temos um fundo a preto, com as respetivas imagens dos vídeos e seus títulos. Vemos as publicidades aplicadas por entre algumas das barras das secções.



Img. 197

• *Tablet* • Exemplo das escolhas cromáticas aplicadas, e a localização da publicidade.

Na primeira página do formato para *Iphone* temos muitas parecenças com o formato *Web*, temos um menu, com secções nas quais cada um tem uma listagem de destaques, do mais atual ao menos. A primeira página que corresponde à secção “Destaques” possui uma notícia com maior

Img. 198

•*Mobile*• Exemplo do destaque com mais realce na primeira página do formato mobile.



realce, pelo tamanho da sua imagem, por conter uma caixa de cor sobre ela e um texto sobre si.

O azul é um outro elemento característico da página *Web*. A partir deste primeiro destaque temos mais conteúdo, mas agora com uma imagem mais reduzida e sobre um fundo em degrade de cinza para cinza muito claro. Todos os destaques são separados pelo próprio degrade dos retângulos informativos criados.

Os textos são em todos os destaques com letras com serifas nos títulos e a preto ou branco, consoante o fundo em que são inseridos, já

Img. 199

•*Mobile*• Exemplo dos restantes destaques da primeira página.



os antetítulos são sem serifas e a cinza claro ou branco também devido ao fundo em que são inseridos. Para ter acesso ao conteúdo, é necessário percorrer com o dedo na vertical, para visualizar a notícia completa e é necessário clicar sobre o destaque. As publicidades, como no caso do formato *Tablet*, encontram-se por entre os destaques.

O formato *Web*, assemelha-se aos formatos *Tablet* e *Mobile* na medida em que, expõe todos ou quase todos os destaques correspondentes ao momento e mistura os vários temas, pretendendo fornecer as notícias mais recentes da atualidade de forma sempre muito atualizada, sendo então a primeira página ou página home o suporte de todos estes destaques.

São visíveis três colunas de texto, de diferentes larguras para haver uma certa ordenação informativa, sendo a coluna mais à esquerda e a



Img. 200  
•Web• Exemplo da grelha de paginação no formato web.

do centro, determinadas para os destaques disponíveis no momento, que vão do mais recente ao menos seguindo essa forma de hierarquizar a informação. Depois de um variado grupo de destaques de diferentes temas, temos no meio da página aproximadamente, secções que agrupam destaques correspondentes a esses temas. No fim da página temos mais duas secções que agora sim, ocupam as duas colunas de texto, sendo elas a “Galeria” e a “Opinião”.



Img. 201  
•Web• Exemplos dos conteúdos das colunas de texto mais à esquerda e no centro.

A terceira coluna é maioritariamente composta por elementos/aplicações que acompanham este formato todos os dias, sofrendo os seus conteúdos atualizações, mas as aplicações mantêm-se. Este espaço disponibiliza também, as publicidades que marcam este formato e aplica um slide no início da página que destaca temas marcantes no momento, sendo mais uma forma de focar o leitor para os destaques do dia. Neste espaço temos à disposição a hiperligação, para o editorial e para um blog de opinião.

A tipografia aplicada é maioritariamente com serifas, sendo exceção os menus na barra inicial, os antetítulos dos destaques, as secções que

Img. 202

•Web• Exemplo do conteúdo da coluna de texto mais à direita.



agrupam certos destaques ao longo da página, os pequenos apontamentos correspondentes ao dia do destaque, assim como, o número de comentários que contém.

Neste formato a cor predominante é o azul claro, cor de referência neste formato e no *Mobile*, contudo neste modelo temos para cada secção

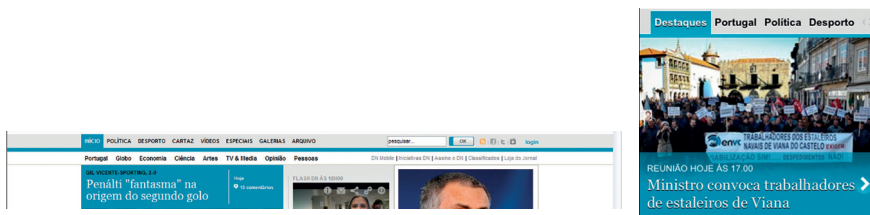
Img. 203

•Web• Exemplo das variações escolhas tipográficas.



do menu uma cor correspondente como se verifica no formato *Tablet* nos pequenos elementos que acompanham as diferentes secções.





**Img. 204**  
•Web e Mobile• Exemplos dos formatos nos quais a cor azul é predominante.



**Img. 205**  
•Tablet e Web• Exemplos de uma das diferentes cores disponíveis nas secções.

### 3.6.2 Análise dos conteúdos dos aspetos internos do Jornal "Diário de Notícias"

O “interior” do jornal Diário de Notícias nos diferentes formatos é visivelmente diferente, tentando adaptar-se ao espaço que os formatos disponibilizam, assim como, tentam seguir os objetivos para os quais foram criados. Os formato *Tablet*, *Mobile* e *Web*, têm um objetivo mais direto, isto é, as suas notícias estão em constantes atualizações e são de carácter informativo mais direto sem grandes desenvolvimentos, pretendendo manter o leitor atualizado em relação ao que se passa no momento. Tudo isto não se verifica no formato impresso, pretendendo sim, dar ao leitor informação mais desenvolvida, existe um destaque com o seu desenvolvimento detalhado, proporcionando notícias mais elaboradas.

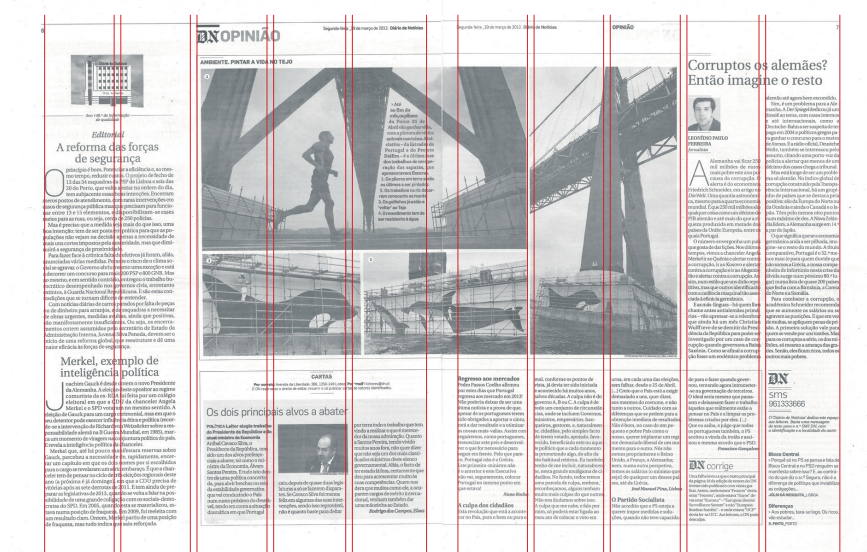
O formato impresso, separa as notícias por secções agrupando-as aos seus temas. Existe catorze secções (Actual1, Actual2, DN Opinião, DN Política, DN País, DN Globo, Especial, DN Ciências, DN Bolsa, DN Sport, DN Guia, DN Arte, DN Media, DN Fórum) permitindo assim uma melhor separação temática que proporciona ao leitor uma rápida identificação dos temas que pretende ler. Nos restantes formatos é tudo um pouco diferente, pelo facto de existir uma divisão temática logo na primeira página, sendo o desenvolvimento de um desses destaques aplicado numa página /slide seguinte e no qual a notícia selecionada é a única comentada. No formato impresso existe uma continuação, uma interligação das páginas e dos temas, visto aparecerem numa mesma página várias notícia, temas relacionados assim como destaques por entre os textos. O formato *Tablet*, *Mobile* e *Web* segue o mesmo pensamento em relação às secções aplica-

das, tendo contudo cada um, um ponto que os distinguem e os tornam característicos, isto é, no formato *Tablet* aplicam algumas das mesmas secções do formato impresso, assim como retira e interliga outras, como é o caso das secções “DN Opinião, DN Bolsa, DN Guias, DN Fórum”, que deixam de aparecer diretamente, e as secções “Actual1 e 2” que passam a pertencer a uma única chamada “Destaque”. Por fim é acrescentado a secção “Vídeos” neste formato. O conteúdo do *Mobile* opta pelas mesmas secções do formato impresso com a exceção da secção “Vídeos” que deixa de existir. Por fim o formato página *Web* aplica as secções base inseridas nos restantes formatos, adicionando a “Galeria e os Arquivos”.

Uma grelha de cinco colunas por página é aplicada no formato impresso, onde os textos das reportagens estão justificados em quase todo o conteúdo, sendo exceção alguns pequenos destaques por entre as reportagens assim como em pequenas entradas. A escolha tipográfica é quase toda ela com serifas, sendo exceção apenas alguns apontamentos como é o caso de certos títulos ou subtítulos de alguns destaques e pequenas notícias que se encontram no meio das grandes reportagens. Toda a informação do cabeçalho\* está com um tipo de letra sem serifas.

Img. 206

•Impresso• Exemplo da grelha de paginação.



Img. 207

•Impresso• Exemplos das escolhas tipográficas sem serifas.

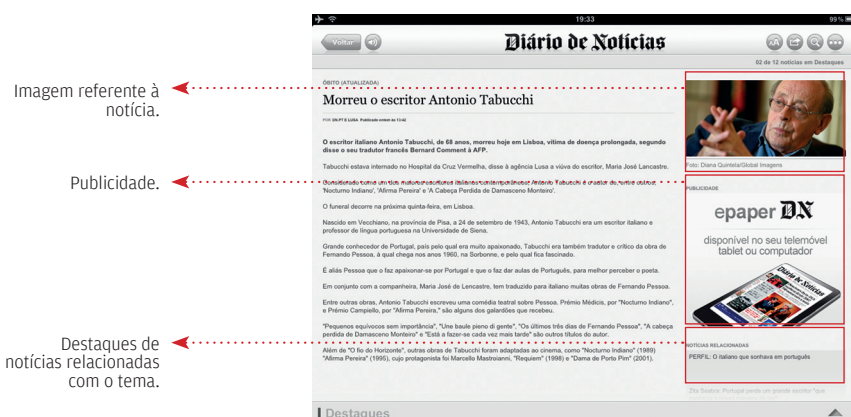


Para uma melhor identificação do início de cada reportagem, é aplicado um elemento, um filete, alinhado à esquerda sobre o início da reportagem, apresenta-se sobre o título da notícia ou sobre a imagem em questão.



**Img. 208**  
•Impresso• Exemplos dos elementos que marcam o início das reportagens.

Os restantes formatos são muito específicos, fugindo das normas aplicadas no formato impresso. Verifica-se uma individualização das reportagens, estando cada texto numa única página. No caso do formato *Tablet* após o clique sobre o destaque da primeira página, será reencaminhado para a reportagem desenvolvida, podendo ter ainda, uma imagem referente e / ou uma publicidade. Neste formato, as páginas internas das reportagens, aplicam a seguir às imagens uma pequena lista de destaques de temas relacionados, assim como, na zona inferior da página verifica-se após clicar sobre a seta que lá se encontra, uma lista de destaques que correspondem à secção de onde se seleccionou a notícia.



**Img. 209**  
•Tablet• Exemplos dos elementos que acompanham a reportagem.



**Img. 210**  
•Tablet• Exemplos do link para aceder às restantes notícias referenciadas na secção em questão.

Os formatos *Mobile* e *Web*, seguem o mesmo alinhamento do formato *Tablet*, para chegar à reportagem na sua totalidade. Sendo a grande diferença, a presença de uma barra de menu no topo da página onde se encontram agrupadas as secções disponíveis. Depois de se seleccionar uma secção na barra de menu e um determinado destaque da página principal dessa secção, será disponibilizado numa nova página, o conteúdo desses destaques na totalidade. No caso do formato *Mobile* verifica-se por vezes a aplicação de uma imagem seguida ao texto que ocupa a largura toda do ecrã, encontrando-se o texto alinhado à esquerda e posteriormente poderá a vir a ser acompanhado por uma lista de destaques de notícias relacionadas com o tema.

Img. 211

• *Mobile*• Exemplos de uma reportagem.



Já no caso do formato *web*, temos uma imagem (no caso de existir), e o seu texto que ocupa uma grande parte da página, sendo “recortado” por aplicações que permitem manipular, dinamizar o conteúdo disponível.

Img. 212

• *Web*• Exemplo das várias aplicações disponíveis para a interação na reportagem.



Poderá existir uma lista de destaques relacionados, e por último no final do texto podemos também ter uma lista de destaques associados à secção à qual pertence a notícia em análise. Neste formato ainda é possí-



vel ter acesso à coluna mais à direita, de conteúdos dinâmicos que existe na primeira página/home.

As escolhas tipográficas, neste formato são idênticas às selecionadas



Img. 213

•Web• Exemplo de uma reportagem com os diferentes conteúdos.

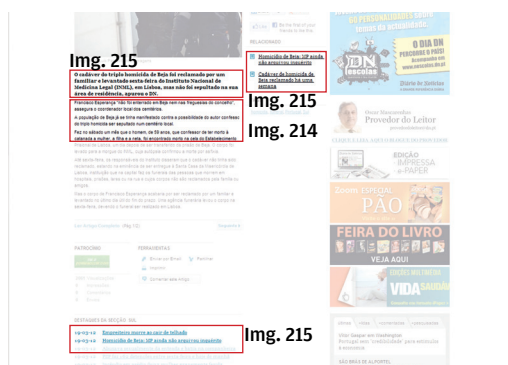
para o formato *Tablet*, pelo facto de aplicar letras sem serifas nos antetítulos e nos textos corridos (Img. 214). As letras com serifas são utiliza-



Img. 214

•Web• Exemplo da escolha tipográfica nos antetítulos e texto corrido.

das nos títulos das notícias(Img. 215), nas entradas das mesmas (Img. 215), nos destaques das notícias relacionadas (Img. 215), assim como na



Img. 215

•Web• Exemplo da escolha tipográfica nos títulos, destaques das notícias, entradas das mesmas e lista de destaques.

lista de destaques da secção seleccionada (Img. 215). A exceção encontrada entre estes dois formatos foi no conteúdo *Web*, no qual nas entradas dos textos são fornecidos tipos de letra com serifas.



Img. 216  
 • *Tablet e web* • Exemplo da escolha tipográfica nos textos de entrada.



No caso do formato *Mobile* as escolhas tipográficas assemelham-se mais ao formato impresso, pelo facto de optar por aplicar numa grande parte do seu conteúdo um tipo de letra com serifa, sendo exceção disso os antetítulos que acompanham as notícias (Img. 217).

Img. 217  
 • *Mobile* • Exceção da escolha tipográfica no formato *Mobile*.



Nos formatos digitais, a possibilidade de disposição dos conteúdos é dinâmica e versátil, existindo botões com ligações a conteúdos em constante atualização, elementos impossíveis no formato impresso, sendo talvez a maior diferença entre este formato e os digitais. Podemos manipular, enviar, partilhar os conteúdos permitindo uma maior interação com o leitor assim como ter acesso a informação, como filmes disponíveis no cinema, a meteorologia e as farmácias de turno nas várias cidades do País. O ponto bastante interessante e ainda não visível nos formatos *Tablet* e *Mobile* analisados até então, é o facto de proporcionar aos leitores destes formatos, acesso às capas do jornal impresso, existindo um botão que nos hiperliga para uma nova página só com a capa, no caso do *Mobile* e com várias edições no caso do *Tablet*.

Img. 218  
 • *Tablet e Mobile* • Exemplo das páginas disponíveis nos formatos tablet e mobile que permitem visualizar a primeira página do formato impresso.



O formato *Web*, também disponibiliza a capa do formato impresso, sendo contudo verificado já nos outros jornais analisados.

Estudando o conteúdo fotográfico, verifica-se uma importância grande no peso da expressividade da reportagem, por existir um grande número de imagens utilizadas e as suas proporções terem um grande peso no conteúdo em geral. No formato impresso verifica-se um cuidado na sua manipulação e enquadramento na página, permitindo uma leitura coerente, sem ruídos e com uma agradável composição final. No entanto no formato *Tablet*, no enquadramento de páginas para páginas, verifica-se uma perda de qualidade, sendo publicadas por vezes imagens cortadas sem rigor gráfico, para cumprirem o espaço a que foram determinadas, sendo estas diferentes em cada página.

Img. 219

• *Tablet* • Comparação da mesma imagem, nas diferentes páginas.



Nos outros dois formatos, não se verifica esta questão da falta de rigor com a composição das imagens de página para página.

### 3.7 “Jornal de Notícias”

#### 3.7.1 Análise dos conteúdos dos aspetos gerais do “Jornal de Notícias”

O Jornal de Notícias revela-se um jornal popular, percorrendo um variado número de temas, que envolvem notícias da área da política, da económica, do social e desportivas.

Trata-se de um jornal com uma certa importância temporal, existindo há cerca de 124 anos, tendo atualmente com diretor Manuel Tavares; como diretores-adjuntos Alfredo Leite, Fernando Santos; e como Subdiretores Jorge Fiel, Paulo Ferreira.

Este Meio de comunicação segue o percurso da atualidade digital, contendo além do formato impresso, um grupo de formatos digitais como é o caso do *E-paper*, do *Tablet*, do *Mobile* e da página *Web* (www.jn.pt).

Img. 220

• Impresso, Web, Tablet e Mobile •

Exemplo das primeiras páginas nos diferentes formatos.



Estamos perante um jornal, bastante completo, contendo um enorme número de destaques com temas variados. A sua primeira página é diferente nos distintos formatos, havendo visivelmente uma divisão em dois grupos, isto é, temos num primeiro grupo o formato impresso e o *E-paper* (uma cópia do impresso contendo apenas a possibilidade das interações com o leitor, entre cortes, partilhas de informação), no qual a variação cromática é uma característica, assim como a diversidade tipográfica, variando entre letras com e sem serifas, sendo um conteúdo muito surtido e com uma variedade de elementos para criar destaque. No outro grupo encontram-se os restantes formatos, como é o caso do *Tablet*, *Mobile* e a página *Web*, nos quais se verifica uma preferência pelo tom azul (cor correspondente ao logótipo), sendo mais específicas as suas escolhas tipográficas para cada elemento.

O formato E-paper é um formato igual ao impresso, sendo apenas inserido numa aplicação que permite ao utilizador percorrer pelo jornal de uma forma mais rápida, podendo seleccionar elementos, aumentar o campo de leitura, seleccionar um determinado destaque e ter acesso a uma nova janela com o conteúdo completo desse destaque. Com a ajuda da barra de menu no fundo da aplicação é possível “saltar” para a página que se pretende ler, de uma forma mais rápida e directa.



Img. 221  
Exemplo do formato E-paper.

O formato impresso opta na sua primeira página, por bastantes destaques, hierarquizados através do tamanho dos títulos, das suas cores e dos espaços que ocupam na página. As suas escolhas tipográficas



Img. 222  
• Impresso • Exemplos dos diferentes destaques da primeira página.



variam, existindo uma grande parte dos títulos sem serifas, assim como, os elementos que identificam a secção que pertence o destaque.

O que se visualiza distinto de um grupo de destaques para outro, é a questão do apontamento do número da página a que pertence a notícia, no qual se observa, em alguns casos estar escrito com um tipo de letra serifado (Img. 223) e em outros casos estar escrito com um tipo de letra sem serifas (Img. 224). No facto de acompanharem um título específico é sem patilhas, no caso de acompanharem uma secção é com serifas.

#### Img. 223 e 224

•Impresso• Comparação da escolha tipográfica na referência do número da página a que corresponde o destaque.



Existem dois elementos, que são repetidos nas restantes edições deste Jornal, como é o caso, do destaque inscrito sobre um caixa de cor com forma de uma "aspa" na zona do logótipo, acompanhado por uma imagem e título. O outro elemento coerente é o espaço logo a seguir à zona do logótipo do lado direito, que opta por ser um espaço dedicado à publicidade.

#### Img. 225

•Impresso• Exemplo dos elementos que se mantêm constantes nas diferentes edições, alterando apenas o seu conteúdo.



No caso do formato *Tablet*, a composição da primeira página/slide, é bem distinta da analisada anteriormente, visto termos uma divisão de destaques e de temas bem definidos, tendo para cada secção uma fila de destaques, todos com o mesmo tamanho e a mesmas escolhas tipográficas. São aplicados sobre um retângulo de cor maioritariamente azul, que contém o título e por vezes uma pequena entrada e imagem. Para as secções e títulos a escolha tipográfica é com serifas, as introduções optam por letras sem serifas.





Img. 226

•Tablet• Exemplo de um dos destaques do formato tablet.

A exceção à cor aplicada nos retângulos dos destaques verifica-se no caso da secção “Vídeos”, no qual o vermelho é a opção.



Img. 227

•Tablet• Exemplo dos destaques da secção "Vídeo".

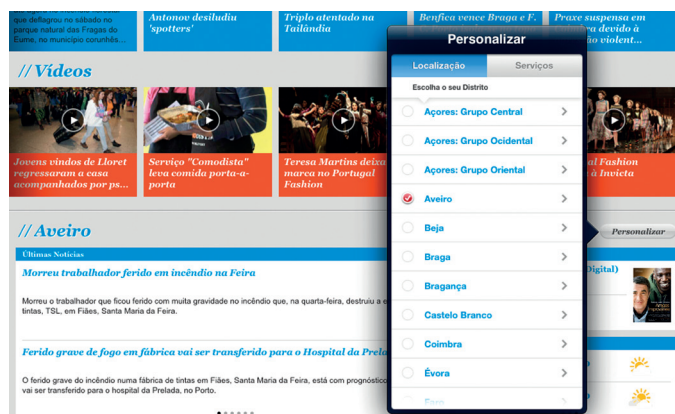
Este formato é bastante interativo, permitindo ao leitor, através de pequenos botões ter acesso a diferentes conteúdos como é o caso das primeiras páginas dos formatos impressos nas diferentes edições, assim como, atualizar a informação, pesquisar, ter acesso a subcategorias informativas de pesquisa (cinemas, tempo, farmácias e totoloto), captar uma estação de rádio (TSF) e por fim possibilita configurar as várias secções que o leitor pode ter acesso e que pretende ler, como se verifica no jornal Diário de Notícias.



Img. 228

•Tablet• Exemplo dos botões de interação e acesso aos novos serviços disponíveis.

No entanto este formato permite ainda, uma outra configuração no seu esquema de leitura, após as duas primeiras secções, existe uma zona destinada a destaques e informações referentes a diferentes localidades, podendo o leitor seleccionar o distrito e os serviços do qual pretende ter



Img. 229

•Tablet• Exemplo do menu que possibilita a reorganização das secções.

acesso, podendo assim usufruir de conteúdos mais personalizados. De três em três secções, mais ou menos, temos uma inclusão de uma publicidade (neste caso, são iguais em todas as páginas e referentes exclusivamente ao jornal).

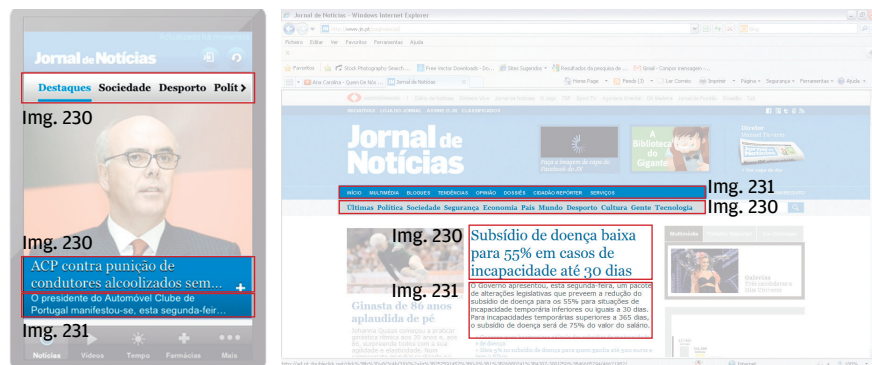
No caso do formato *Mobile* existem semelhanças com o formato *Web* pelo facto de ambos disponibilizarem um menu, que permite ao leitor focar a sua atenção sobre um tema do seu interesse. A cor azul é também uma marca nestes dois formatos, existindo apenas no formato *Web*, pequenos apontamentos de outras cores nas suas secções. As escolhas tipográficas, são significativamente idênticas entre estes dois formatos, optando no menu das secções assim como nos títulos dos destaques, por tipos de letras serifadas (img.230), sendo as entradas com um tipo de letra não serifado (Img. 231).

Img. 230

• *Mobile e Web* Exemplo da escolha tipográfica, com serifa no menu das secções assim como nos títulos dos destaques.

Img. 231

• *Mobile e Web* Exemplo da escolha tipográfica, sem serifa nas entradas e numa parte do menu do formato web.



Estes dois formatos diferenciam-se enquanto ao esquema gráfico, visto estarmos perante dois campos diferentes, no caso do formato *Mobile* a sua grelha para o conteúdo, é pensada para um ecrã de pequenas dimensões, optando por uma barra de menu simples, sendo com a passagem do dedo com movimentos horizontais sobre o ecrã, que teremos acesso pouco a pouco a todos os temas disponíveis neste formato. Após o menu temos uma lista de destaques, acompanhadas pelo título e texto de entrada e por vezes por uma imagem, nos quais se clicarmos sobre o símbolo “mais”, que acompanha o destaque, teremos acesso à notícia na íntegra.

Img. 232

• *Mobile* Exemplo do formato *Mobile*.



Este formato assim como o *Tablet*, permite ao leitor, através de botões, ter acesso a conteúdos informativos extra, tendo uma opção para a visualização da primeira página do formato impresso (img. 233), a possibilidade de atualizar o conteúdo informativo, ter acesso aos vídeos,



**Img. 233**

•*Mobile*• Botão que permite ver a primeira página do formato impresso, no formato *Mobile*.

ao tempo, às farmácias que se encontram de turnos (img. 234) e por fim,



**img. 234**

•*Mobile*• Botão que possibilita atualizar do conteúdo informativo.

tem um botão que permite ter acesso a mais opções informativas como é o caso dos cinemas, do totójogos, opções de pesquisa e ajuda (Img. 135). Sendo possível reorganizar os botões e a forma como temos acesso a eles através do botão editar (img. 236).



**img. 335**

•*Mobile*• Acesso aos novos serviços disponíveis.



**Imag. 236**

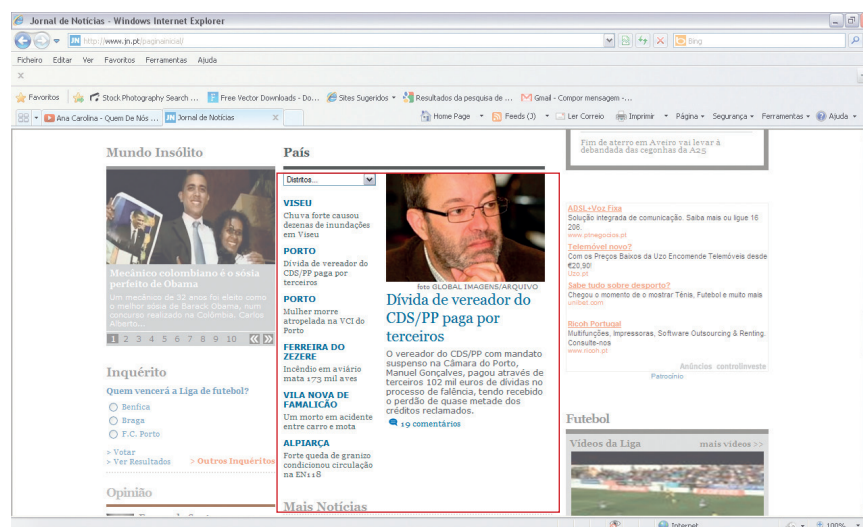
•*Mobile*• Botão que possibilita editar os conteúdos.

O formato *Web* pelo seu espaço gráfico mais extenso, possibilita uma grelha de paginação mais completa contendo um maior número de destaques, elementos interativos e dinâmicos. Opta por três colunas na página, variando a sua largura no decorrer da mesma, tendo após os menus, um inúmero conjunto de destaques que ocupam a coluna mais à esquerda e a do centro. Podemos ter acesso nestas duas colunas aos títulos dos destaques, às suas pequenas entradas de texto e por vezes a uma imagem, sendo as notícias mais atuais inseridas no início, alterando e passando para uma zona inferior após cada atualização. No decorrer da página passamos a ter destaques acompanhados por um filete e a denominação da secção a que pertence, situando o destaque num tema. Temos neste formato um conjunto de slides que agrupam e disponibilizam notícias de uma forma

mais dinâmica e interativa, contudo é visível também neste formato uma zona dedicada a notícias referentes a um distrito, podendo o leitor selecionar o que pretende e ter acesso a informações dessa mesma zona.

Img. 237

•Web• Exemplo da aplicação interativa que permite ao leitor selecionar a informação por distritos.



A coluna mais à direita é dedicada para espaços publicitários, assim como para elementos informativos, que disponibiliza ao leitor mais uma forma de encontrar notícias da atualidade. É possível neste espaço encontrar o mesmo conjunto de informações sobre diversos serviços, como se encontra nos outros formatos, referindo o tempo, informações sobre farmácias, trânsito, cartaz e horóscopo.

Img. 238

•Web• Exemplo da uma outra aplicação interativa que permite ao leitor selecionar informação por distritos.



### 3.7.2 Análise dos conteúdos dos aspetos internos do "Jornal de Notícias"

O jornal de Notícias no formato impresso, é um jornal bastante completo e expressivo, optando por um enorme conjunto de notícias por

Img. 239

Símbolos, icons que têm como objetivo criar destaque, ao longo das reportagens do formato impresso.



página, com inúmeras imagens a acompanhá-las, usa diversos elementos, símbolos para destacar zonas, assim como o início das diversas notícias. Prefere uma variada escolha tipográfica entre letras com e sem serifas, de forma a destacar e a separar os conteúdos da mesma página, sendo o tamanho e as cores também um ponto de divisão informativa neste formato. Maioritariamente os títulos e o miolo das notícias são com um tipo de letra serifado, havendo exceções no que diz respeito a algumas notícias tendo como objetivo salientar. Este formato aplica por uma grelha de cinco colunas por página, e um grupo de secções com grande impacto, ocupando uma significativa zona no topo das páginas, nos quais optam por inserir por vezes destaques ou pequenos apontamentos de notícias nessa zona, visto o grande espaço que ocupa.

Img. 240  
• Impresso • Exemplo de uma página da notícias do formato impresso.



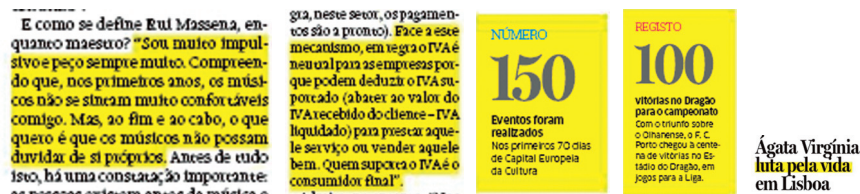
As secções são todas muito idênticas no que diz respeito à escolha do tipo de letra que passa pelas serifas, às cores aplicadas, sendo o vermelho no texto e o retângulo que delimita a zona que corresponde a este conteúdo, em cinza claro. Contudo não deixa de não haver exceções, existindo por exemplo a primeira secção (Primeiro Plano) com uma cor de texto diferente assim como o seu tamanho é bem mais reduzido, e por fim não opta pelo retângulo cinza sob o seu texto. Outra exceção visível são as secções "Segurança" e "Porto" que optam apenas por alterar a cor correspondente ao retângulo que delimita o espaço da secção, passando a ser vermelho e azul correspondentemente. A secção do desporto prefere um tipo de letra diferente, uma escolha mais tridimensional e opta por uma cor mais forte sendo o laranja aplicado no texto, envolvido por um contorno preto bem marcante.



Img. 241  
• Impresso • Exemplo das secções.



Img. 242  
• Impresso • Exemplo dos destaques aplicados entre as reportagens.



Em contra partida o formato *Tablet*, *Mobile* e *Web* são visivelmente diferentes do formato impresso, optando por um maior equilíbrio formal e gráfico. A cor predominante (o Azul do logótipo) assim como por um

Img. 243  
• Tablet • Escolhas tipográficas e cromáticas.



equilíbrio na composição dos conteúdos, havendo coerência e uniformidade entre notícias. O formato *Tablet* na primeira página tem todas as secções, disponibilizando ao leitor, todos os destaques atualizados para cada tema. Ao clicar sobre qualquer um destes elementos, iremos para uma página na qual a notícia é referenciada na totalidade. Nesta página o Jornal de Notícias neste formato, opta por duas zonas, uma dedicada à imagem referente à notícia e a uma possível publicidade, sendo a outra zona, mais ampla que expõe a reportagem do destaque da primeira página. O conteúdo é bastante simples, optando por um título elementar com um tipo de letra seriado e a azul como temos vindo a depararmo-nos. O miolo das notícias está alinhado à esquerda, com um tipo de letra não serifado e a preto (Img. 244), não havendo destaques nem seleções de zonas a desta-



**Img. 244**

• *Tablet*• Exemplo de um tipo de letra não serifado e a preto, no formato impresso.

car no texto, como se verificou no formato impresso. Existe apenas dois apontamentos a vermelho nesta página, um corresponde a uma barra que se situa antes do título e na qual é referenciado em que notícia o leitor se encontra no conjunto dessa secção ((Img. 245). O outro apontamento de cor é aplicado depois do título a uma pequena referência ao momento e à hora da publicação dessa notícia.



**Img. 245**

• *Tablet*• Exemplo dos dois apontamentos de cor a vermelho no formato tablet.

Nesta página temos disponíveis vários botões que permitem uma interação com o leitor, pode aumentar o campo de visão para uma melhor perceção do texto, pode partilhar as notícias nas redes sociais, pode fazer pesquisas de uma forma mais rápida e por fim ter acesso a mais serviços disponíveis neste formato (cinema, tempo, farmácias, totojogo).



**Img. 246**

• *Tablet*• Exemplo dos botões de interação do leitor com o texto das reportagens do formato tablet.

Outro elemento interessante é o facto de permitir uma procura sobre um outro tema da mesma secção, a aplicação é inserida no final da página na qual é possível, após clicarmos sobre a barra, ter-mos acesso a uma lista como da primeira página, dos destaques dessa secção.

Todas as secções seguem a mesma linha gráfica no que diz respeito às notícias que lhe correspondem, contudo a secção "Vídeos" é a única que

Img. 247

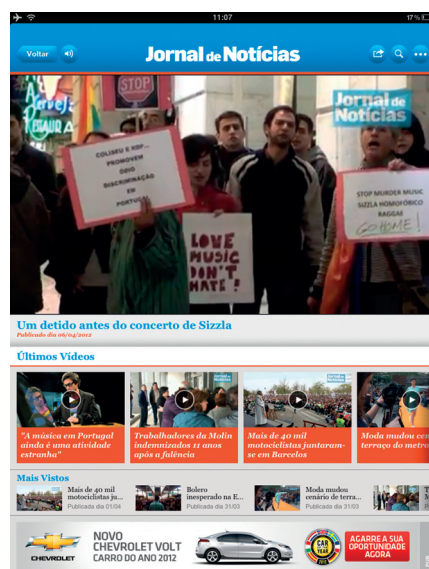
• *Tablet* • Exemplo da aplicação inserida na página da reportagem para fornecer mais destaques dessa mesma secção.



foge um pouco ao típico, por também de ter um outro objetivo na transmissão dos seus conteúdos, sendo para isso necessário mais espaço para uma melhor visualização do vídeo. Numa das páginas de uma notícia da secção "Vídeo", temos a zona inicial da página dedicada para visualização dos mesmos, de seguida, surge a lista dos últimos vídeos disponíveis para o leitor e por fim temos mais uma lista de um tamanho mais reduzido, que agrupa os mais vistos, proporcionando ao leitor uma série de formas para encontrar conteúdos de referência. A publicidade, sem exceção é inserida também nesta secção, sendo o último elemento da página.

Img. 248

• *Tablet* • Exemplo da secção "Vídeo".



Os formatos *Mobile* e *Web* têm características semelhantes no que diz respeito à divisão dos conteúdos pelas secções, temos em ambos uma

primeira página no qual é inserido uma série de destaques. O formato mobile pelo seu pequeno formato, opta por conteúdos muito simples e diretos, o seu menu é claro com onze secções. Para percorrer por todos os temas é necessário clicar sobre a zona, com movimentos horizontais quando selecionado passa a ficar numa cor azul e sublinhada (Img. 249). Para cada secção existe uma lista de destaques desse mesmo tema, compostos pelo seu título, introdução e por vezes imagem.



**Img. 249**

•*Mobile*• Exemplo do menu com determinadas secção.



**Img. 250**

•*Mobile*• Destaques informativos.

Ao clicar sobre qualquer um desses destaques iremos para o seu conteúdo na totalidade, surgindo na página com o referente título com um tipo de letra com serifas e a preto (Img. 251), acompanhado por vezes



**Img. 251**

•*Mobile*• Exemplo da escolha tipográfica com serifas.

por uma imagem, e o miolo da reportagem alinhado à esquerda (Img. 252), com um tipo de letra não serificado, e a preto. Depois do conteúdo da



**Img. 252**

•*Mobile*• Exemplo da escolha tipográfica sem serifas.

notícia, em alguns casos é visível um conjunto de destaques relacionados com a notícia em questão (Img. 253). Neste formato é também possível interagir com o conteúdo, podendo aumentar e diminuir o texto, partilhar nas redes sociais, assim como efetuar pesquisas mais específicas, ou até

Img. 253

•*Mobile*• Exemplo das escolhas tipográficas nos destaques relacionados com a reportagem em questão.



mesmo ter acesso a um conjunto de serviços disponíveis e semelhante ao formato *Tablet* (cinema, pesquisa, capa, totojogos, ajuda) (Img. 254).

Img. 254

•*Mobile*• Exemplo dos botões de interação do leitor com o texto das reportagens do formato mobile.



O formato *Web* além do menu típico composto pelas secções aplicadas nos outros formatos, insere um outro menu, composto por secções adicionais, sendo alguns elementos presentes em botões existente nos outros formatos. Temos então neste menu disponível o botão "Início" que permite ter acesso à dita página "home", de seguida temos o botão "Multimédia" que é composto por vídeos, Foto galerias, Infográficos, Áudios, Reportagens. O outro botão do menu inúmera os diferentes blogues ligados ao Jornal, o botão "Tendências" relata um conjunto de destaques informativos e mais didáticos do quotidiano do leitor, o botão "Opinião" opta por inserir todos os textos de opinião de pessoas escolhidas para tal, o botão "Dossiês" escolhe criar pastas que contêm notícias a reter, o conteúdo do botão "Cidadão Repórter" é da responsabilidade do leitor, no qual tem a possibilidade de interagir, enviando para a redação notícias e fotografias de interesse. Por fim, o último botão opta por conter "Serviços" disponíveis para o leitor, proporcionando-lhe acesso a informações e questões do quotidiano.

O conjunto de secções disponíveis no menu seguinte são praticamente iguais ao formato *Mobile*, sendo apenas alterado a designação da secção "Destaques" para "Últimas", mas ambas disponibilizam a lista de destaques da atualidade. Ao clicar sobre cada uma das secções iremos

Img. 255

•*Web*• Menu.



para uma página composta por uma série de destaques, ocupando a coluna mais à esquerda e a do centro, com os títulos a azul e com um tipo de letra serifado, a respetiva introdução a cinza e com um tipo de letra sem serifa. Ao clicar mais uma vez sobre qualquer um destes destaques iremos para uma nova página composta numa grande escala pelo texto completo da reportagem. Aqui é inserido um apontamento da secção a que pertence a notícia, o título, a hora de publicação e o autor, o miolo das notícias, uma lista de destaques referentes, assim como um conjunto de ferramentas que possibilitam a interação do leitor com o texto. As escolhas tipográficas seguem as linhas das letras com serifa em quase todo o



conteúdo desta página, sendo exceção os autores tanto do texto como da fotografia, assim como a assinatura das imagens. O azul mantém-se no título, já o miolo encontra-se a preto, sendo o laranja inserido do nome da secção a que pertence a notícia. As colunas da esquerda e do centro fundem-se e abrangem a reportagem, estando a coluna mais à direita, composta pelo mesmo conteúdo visto na página home. Todas estas secções podem ainda conter um submenu, que subdivide ainda mais a informação. A secção "Últimas" é a única exceção, no que diz respeito ao conteúdo na página, opta por uma direta e simples lista de destaques, que são inseridos na página seguindo uma ordem, que vai da mais recente à mais antiga. Este conteúdo só disponibiliza a hora a que foi inserida na página a cor de laranja, o referente ao título a azul e a breve introdução a cinza. Ao clicar sobre qualquer destaque desta lista iremos para a página comum de desenvolvimento da notícia.

O jornal de Notícias opta por manter certos elementos, as opiniões e os serviços, característicos do jornal, nos diferentes formatos adaptando os conteúdos ao espaço e às necessidades do leitor. O elemento opinião, é referido no formato impresso e inserido numa secção denominada de "Praça da liberdade", em toda a página é visível dois artigos de opinião de autores referenciados para a questão, sendo visível ainda nesta secção a inserção da ficha técnica. O outro formato no qual se verifica a implementação do elemento de opinião, é na *Web*, inserido num botão no menu chamado "Opinião" e no qual nos transfere para uma página que refere vários artigos de opinião e vários autores, sendo possível ainda ter acesso ao texto atual assim como a um grupo mais antigo do mesmo autor.



Img. 256  
•Web e Impresso• Exemplo das secções de "Opinião".

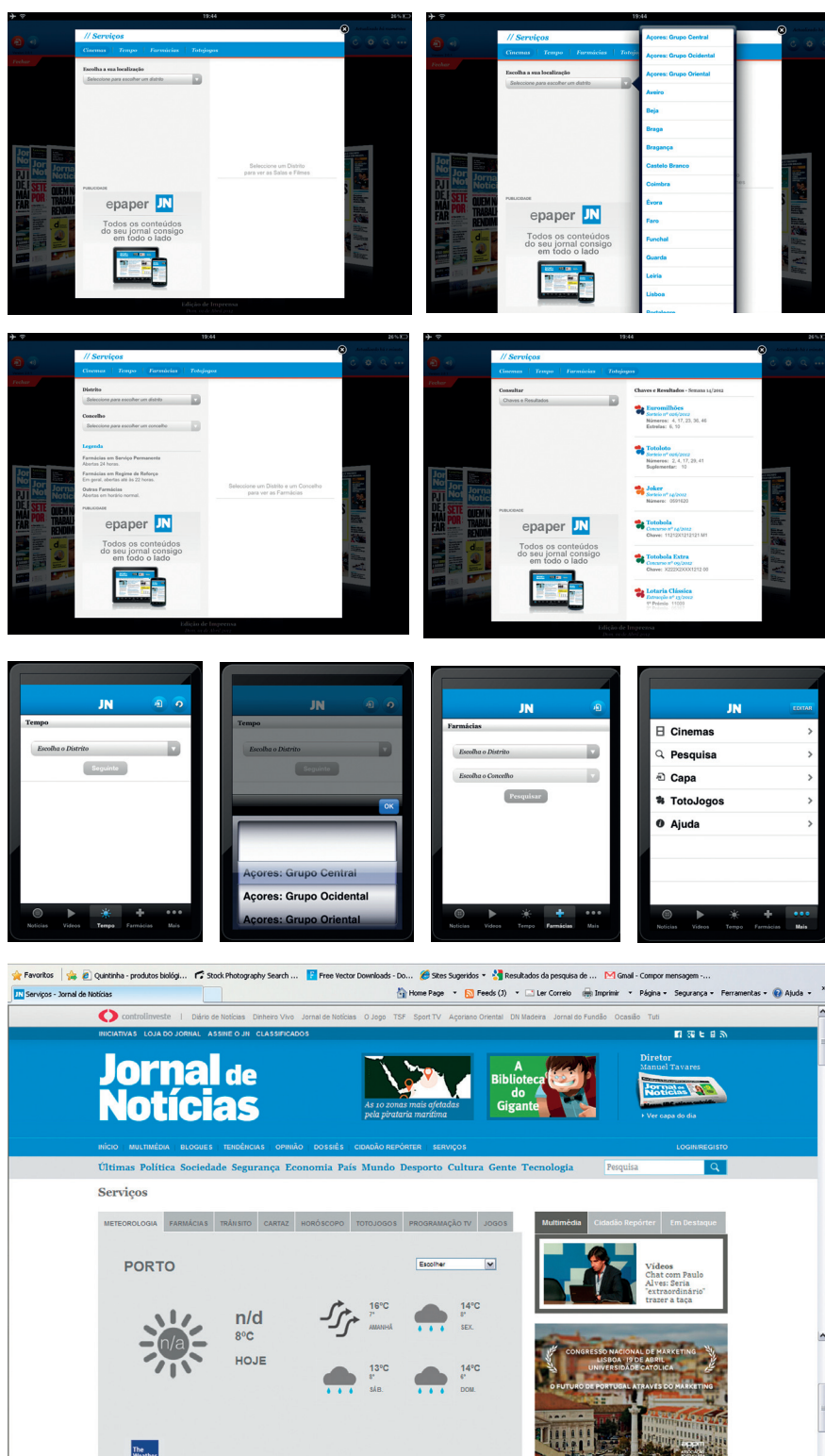
Os serviços, são os elementos aplicados em todos os formatos, optando cada um por um determinado conteúdo, o formato impresso aplica os seus serviços numa das secções do jornal, denominada de "Útil

Fútil" no qual disponibiliza ao leitor informações sobre os filmes nos vários cinemas do país, os espetáculos disponíveis, os signos, a meteorologia, as farmácias de serviço e uma zona de passatempos. Nos formatos digitais, estes conteúdos são aplicados e por vezes inseridos outros mais, tendo em particular a possibilidade de ter informação sempre atualizada e dinâmica, isto é, é possível em muitos dos casos selecionar a zona do país da qual pretendemos a informação, existindo assim uma personalização da informação, algo não diretamente possível no formato impresso mas que mesmo assim tenta recriar, optando por focar certos conteúdos no jornal tendo em conta as edições, por exemplo, altera a informação dos cinemas focando as cidades do norte na edição que é do norte e assim consecutivamente na edição de centro e sul. O formato *Tablet* referencia os seus serviços através do botão "Mais" no qual é possível encontrar informações sobre os filmes em exibição, sobre o tempo, as farmácias em serviço e o totojogos (conteúdo novo, que dá informação sobre as chaves e resultados dos jogos da Santa Casa). Ainda neste formato é possível encontrar os serviços na zona da página de destaques que corresponde às notícias personalizadas a um distrito. O formato *Mobile*, opta por referir alguns serviços na barra inferior de conteúdos, como é o caso das farmácias e do tempo, estando as restantes como é o caso das informações dos filmes, a capa do formato impresso, o totojogo, a pesquisa e a ajuda, agrupados no botão "Mais". Por fim o formato mais completo em termos de serviços, é a *Web*, na qual existe um botão no menu designado por "Serviços", ao clicarmos sobre ele iremos para uma página composta por um slide que agrupa serviços como a meteorologia, as farmácias em serviço, o trânsito, o cartaz dos espetáculos disponíveis, o horóscopo, o totojogos, a programação na televisão e por fim os jogos/passatempos.

Img. 257

•Impresso, Tablet, Mobile e Web•  
Exemplos das várias formas de aceder aos conteúdos.





O jornal de Notícias, é acompanhado por cadernos suplementares, em dois dias da semana, ao sábado temos as "Notícias TV" e ao domingo temos as "Notícias Magazine". São duas revistas interessantes e que dão ao jornal um toque complementar, pormenorizado, fazendo dele um jornal de grande interesse a uma grande parte dos leitores.



### 3.8 Jornal “Sol”

#### 3.8.1 Análise dos conteúdos dos aspetos gerais do Jornal "Sol"

O Jornal Sol revela-se um jornal popular, percorrendo um variado número de temas, que envolvem notícias da área da política, da económica, do social e desportivas. É um jornal marcado pela sua diversidade informativa na qual insere notícias dos países de língua portuguesa como, Angola, Moçambique e Cabo Verde, existindo ainda uma edição deste jornal personalizada para Angola e Moçambique.

Trata-se de um jornal semanal relativamente recente existindo neste momento 294 edições. Como diretor tem o Senhor José António Saraiva; como diretor adjunto o Senhor José António Lima; e como Subdiretor o Senhor Vítor Rainho.

Este meio de comunicação segue o percurso da atualidade digital, contendo além do formato impresso, uma aplicação gratuita em constante atualização, que proporciona informação para os suportes digitais como o *Iphone*, o *IPod touch* e para o *IPad*, assim como, proporciona a venda do conteúdo informativo impresso mas adaptado a uma nova aplicação para o *IPad*, concebendo-a bastante dinâmica e interativa. Para além da informação para o *IPad* contém também os diferentes cadernos que acompanha o jornal mas em formato “pdf”. Por fim o último formato é a página *Web* (www.sol.pt).

Img. 258

•Impresso, Web, Online e Digital•  
Exemplos das primeiras páginas dos diferentes formatos.



De uma forma bastante direta, é possível identificar uma divisão dos diferentes formatos em dois grupos distintos, temos o formato impresso e o formato digital (aplicação para o *IPad*) no qual o conteúdo é editado e posto à venda à sexta-feira, passando o leitor a ter acesso a notícias referentes à atualidade. O outro grupo engloba os formatos gratuitos, menos

trabalhados graficamente e nos quais se verifica constantes atualizações no percorrer do dia, focando a atenção nos destaques de última hora e mantendo o leitor informado.

As primeiras páginas demonstram diferenças até entre o mesmo grupo de formatos (os pagos). O formato digital opta por um reduzido número de destaques na sua primeira página. O formato impresso prefere referenciar uma série de destaques, com pesos e importâncias diferentes, aplicando para tal diferentes tamanhos e cores nos textos, assim como solicita os filetes para uma melhor divisão informativa. As imagens também têm uma importância identificativa no conteúdo, tendo as escolhas tipográficas uma coerência, visto não existirem grandes alterações, sendo a base as letras com serifas de um modo geral em todo o conteúdo.



Img. 259

•Impresso• Exemplo da escolha tipográfica com serifas.

As exceções identificadas foram no principal título, assim como, nas referências informativas relacionadas com o Jornal (data de edição, responsáveis pelo jornal e o valor nas bancas).



Img. 260

•Impresso• Exemplos de exceções das escolhas tipográficas.



As cores são um conteúdo constante, não existindo grandes contrastes cromáticos, optam por duas ou três cores para referir apontamentos distintos, assim como o preto de uma forma geral em entradas e por vezes em títulos. Contudo, estas características não significam que não possam vir a ser efetuadas alterações e adaptações em lançamentos com grande impacto no momento. As publicidades são referidas neste formato podendo encontrar-se nas zonas inferiores e superiores da página, como é exemplo esta edição.

O formato digital na primeira página, opta por referenciar reduzidos conteúdos, escolhendo nesta edição, por destacar três temas sendo

Img. 261

•Impresso• Exemplos das publicidades da primeira página.



o principal marcado por ocupar toda a página, com uma imagem, o seu título e texto de entrada. Os outros dois destaques são aplicados de uma forma simples e reduzida, através de um pequeno complemento situado no canto inferior direito, sendo necessário clicar e arrastar, para surgir os destaques na página.

O destaque principal opta por letras sem serifas no seu título e entrada, sendo os restantes destaques variados enquanto à escolha tipo-

Img. 262

•Digital• Exemplos da primeira página.

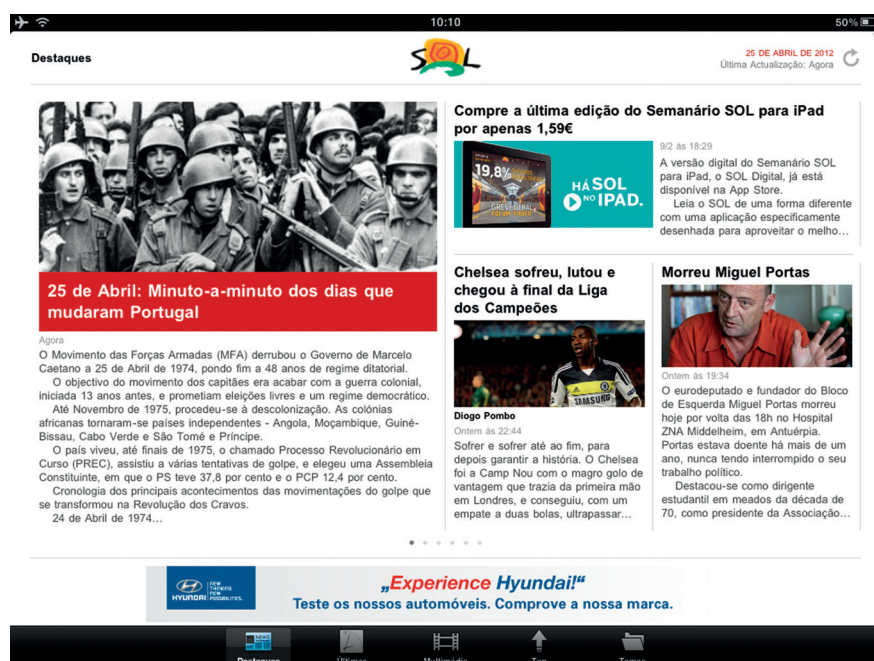


gráfica, estando parte do título com e sem serifas. As cores seleccionadas são muito limitadas passando o laranja a ser a referência do jornal neste formato. Existem diversos botões aplicados neste modelo, que interagem com o interior do jornal.

Os formatos gratuitos, optam por expor logo uma série de destaques de diferentes temas na sua primeira página, demonstrando prioridade informativa sobre o grafismo na composição da página. Verifica-se no

formato *Online* para os diferentes suportes (*Iphone*, *Ipod* e *Ipad*) a opção da secção “Destaques” como primeira página, agrupando um conjunto de destaques, divididos por três ou quatro colunas de texto, consoante a posição do suporte (vertical ou horizontal). A mesma secção agrupa diversas páginas, sendo necessário para ter acesso a elas, clicar sobre o ecrã com movimentos horizontais. Os destaques são divididos por filetes horizontais e verticais, sendo compostos por um título a preto, por vezes por uma imagem e pelo texto de entrada a cinza. O principal destaque deste conjunto é diferenciado através de uma caixa de cor vermelha na qual o título a sobrepõe. As publicidades são aplicadas numa barra reduzida no fim da página.

O formato *Web* assemelha-se ao formato *Online*, na medida em que divulga na primeira página os destaques referentes à secção “Destaques” sendo contudo, intitulado neste formato por “Início”. Podemos dividir a



Img. 263

•Online• Exemplos da página de destaques do formato digital.

página em duas zonas distintas, isto é, temos as duas barras mais nas margens, direita e esquerda, que serve de suporte para a divulgação de publicidades. A zona central passa a ser destinada a destaques e aos seus conteúdos desenvolvidos. Dentro desta zona central temos várias etapas informativas, em primeiro lugar existe uma referência a três destaques, sendo um deles com maior importância visto aplicar uma caixa de cor vermelha sob o seu título (elemento também referenciado no formato *Online*) e conter na sua zona informativa referência a uma série de apontamentos alusivos a esses mesmos destaques de uma forma muito discreta.

Estes três destaques são compostos por uma imagem, título sobre uma caixa de cor e por vezes pela sua entrada de texto. De seguida surgem mais quatro destaques, composto maioritariamente por uma imagem.

Img. 264

• Web • Exemplo do principal destaque.

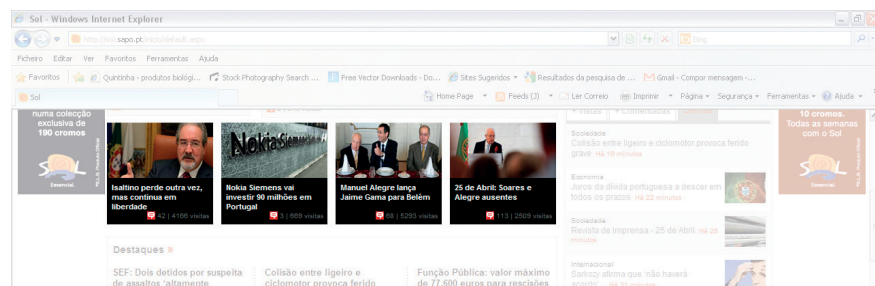


título sobre uma caixa de cor preta.

A partir destes destaques temos uma divisão de conteúdos bem definida, passando a existir um antetítulo (“Destaques, Actualidade, Dossiers, Angola e Opinião”) que agrupa uma série de destaques compostos pelo seu

Img. 265

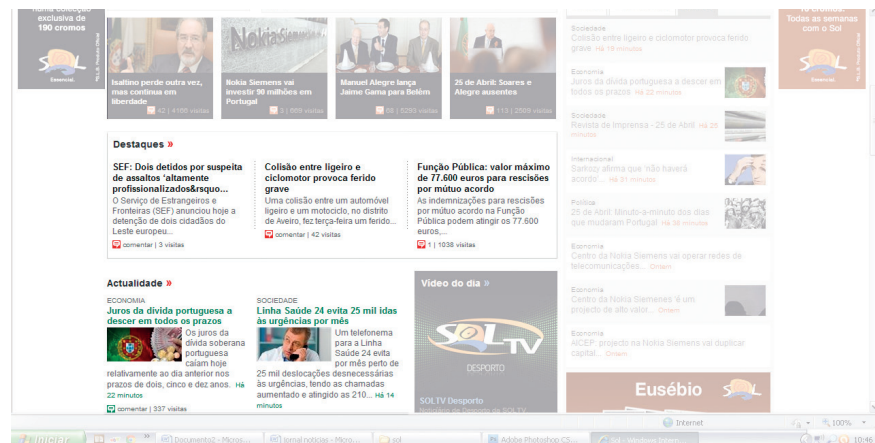
• Web • Exemplos dos destaques seguintes ao principal.



título, entrada e por vezes por uma imagem ou referência à secção a que pertence.

Img. 266

• Web • Restantes destaques da página inicial do formato web.



A escolha tipográfica é sempre linear, optando pelas letras sem serifa para o seu conteúdo. As cores aplicadas têm funções características, tendo os títulos optado pelo branco quando inseridos sobre uma caixa de cor, ou verde nos restantes destaques da página, tendo como exceção o conteúdo do elemento “Destaque” no qual os títulos são a preto, assim como, nos destaques referentes a notícias desportivas, nos quais o vermelho é a preferência. As entradas e nome das secções ao longo da página, estão em todo o conjunto a cinza claro, sendo o cinza escuro aplicado nos antetítulos que agrupam os destaques.

Por fim existe uma zona/ coluna, que agrupa as publicidades, um mini menu com diversas notícias, a zona determinada para a divulgação dos conteúdos da página do facebook (plugin) referente a este jornal.



Img. 267

•Web• Exemplos dos elementos inseridos na coluna mais à direita da página.

### 3.8.2 Análise dos conteúdos dos aspetos internos do Jornal "Sol"

No decorrer da análise dos diferentes formatos do jornal Sol, verifica-se uma adaptação dos seus conteúdos aos seus espaços, passando a existir características diferentes entre eles. O formato impresso é muito organizado, dividindo as suas notícias de uma forma muito perceptível. Opta por uma grelha de cinco colunas por página, e aplica filetes entre cada coluna de texto. As secções que dividem as notícias, não são muito exageradas, optando pelo nome da secção num tamanho considerável, sobre um filete horizontal, tendo a primeira letra um círculo no seu

O lugar do outro

Foco

Política

Cocktail

Img. 268

•Impresso• Exemplos das diferentes secções.



# Sociedade

## Sociedade

# Cultura

# Internacional

# Desporto

## Desporto

# Economia

## Economia

# Português Global

## Semana em Revista

contorno. Este conceito repete-se nas primeiras páginas de cada nova secção, passando as seguintes a ter menor importância gráfica, relativamente ao tamanho do texto.

As cores aplicadas nas diversas secções são fortes, havendo por vezes repetição das mesmas em diferentes temas. Para as notícias de cada secção são aplicados nos destaques a cor que corresponde a essa secção, estando o restante conteúdo a preto. As escolhas tipográficas são maioritariamente com serifas e os textos justificados (Img. 269) havendo algumas exceções no caso de algumas frases e destaques entre as reportagens, nas quais se aplica texto sem serifas e alinhados à esquerda (Img. 270). As assinaturas das imagens e alguns títulos também optam por tipos (Img. 271) de letras não serifados. Os textos de “Opinião” surgem na mesma página que uma repor-

Img. 269, 270 e 271

•Impresso• Exemplos das escolhas tipográficas.





der da UGT, João Pimenta, na sequência do aviso de que a central sindical poderá rasgar o acordo da concertação social.

A ameaça da UGT foi recebida com muita preocupação entre os sociais-democratas. «Três meses depois do acordo não podemos deixar que isso aconteça», afirma ao SOL. Ante a possibilidade.

Percebe-se porque este é matéria prioritária para o núcleo duro do Governo: o acordo de concertação social é o principal trunfo do Executivo para mostrar diferenças face à Grécia e foi várias vezes elogiado pela troika. Por outro lado, a UGT quer evitar dar mais pretextos ao PS para contestar o Código de Trabalho, que está a ser discutido na especialidade no Parlamento.

Porém, a reacção pública de Passos ao aviso de Pimenta não saiu no tom mais conciliatório. «A data do 1.º de Maio pode gerar algum tipo de debate a nível doméstico mas nós estamos a implementar o programa num processo de consenso», afirma, em Londres, após um encontro com David Cameron.

Comentando a polémica, o Presidente da República mostra-se optimista. «Convenço que o clima de paz social irá manter-se». Isto porque «os diferentes parceiros estão empenhados em cumprir aquilo a que se comprometeram quando assinaram o acordo». Ao mesmo tempo Vítor Gaspar mostrava confiança, na conferência do FMI que decorre em Washington. «O meu país, as pessoas estão completamente dispostas a sacrificar-se e a trabalhar mais para que o programa de ajustamento seja um sucesso».

**Presença vai ser recebida em São Bento**  
**Img. 271**

Trabalho e da Segurança Social estão, aliás, a agitar o clima político. Os estudos lançados pelo Governo sobre o platonamento na Segurança Social provocaram uma onda de reacções negativas. Incluindo na área cavacista, Manuela Ferreira Leite foi a mais dura na oposição à medida, mas até os conselheiros de Estado Bóglio Félix e Marcelo Rebelo de Sousa sublinharam a preocupação com a mensagem do Governo de que o sistema está insustentável.

Mais consensual, porém, parece ser a elevação para 67 anos da idade de reforma. «Se vivemos mais, é evidente que o esquema precisa ser ajustado», considera a ex-ministra. O ministro da Segurança Social remete para o estudo que será apresentado no final do ano.

No entanto, o FMI, no relatório Fiscal Monitor, nem mostra grande preocupação com a evolução das despesas nesta área, mas antes com os gastos com a Saúde. Na Segurança Social, o FMI espera que a despesa com pensões aumente 0,7% do PIB entre 2010 e

**Img. 270**

**Cavaco Silva diz-se convencido de que a paz social vai manter-se, apesar dos avisos da UGT**

2010, quando a média da OCDE ronda os 1,2%.

**CDS penaliza filhos**  
**Img. 271**

Enquanto a Assembleia do Conselho de Ministros aprovou a revisão do regime jurídico do Rendimento Social de Inserção (RSI) e da Lei da Condicionação de Recursos. E veio baixar as prestações em caso de doença e maternidade, paternidade. No entanto, ficou por dizer que as alterações no RSI penalizam as famílias mais numerosas por via de uma mudança na fórmula de cálculo da prestação social. Isto porque o valor do RSI passa a ser calculado não em função da pensão social, mas com base numa escala de rendimentos desenhada pela OCDE.

Em declarações ao SOL, o ministro da Solidariedade e Segurança Social admite que a mudança poderá levar à redução da prestação nas famílias com mais filhos e adultos, mas frisa que a mudança visa «utilizar uma escala que do ponto de vista técnico seja a mais correcta». Moisés Soares sublinha que as tabelas da OCDE são utilizadas por organismos internacionais como o Eurostat, nas medições da pobreza.

O ministro recorda ainda o compromisso assumido dentro do PEGIII de reduzir a despesa com o RSI. O conjunto de medidas já anunciadas vai trazer «mais rigor e controlos», realça.

Contudo, esta medida entre em contradição com aquilo que o CDS defendia na oposição, ou seja, uma maior protecção das famílias com mais filhos.

José Seguro para a área económica, foi substituído pela nova direcção da Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal (AICEP), agora liderada por Paulo Portas. Um facto que criou um grande mal-estar na direcção de António José Seguro, que se queixa de o processo não ter sido conduzido com a devida consideração, pelo facto de se tratar um dirigente máximo do PS.

«Não houve licença e correcção em relação ao maior partido da oposição», resume ao SOL, fonte da direcção de Seguro.

Eurico Dias é uma peça essencial na direcção de Seguro. Não só o principal conselheiro na área económica, como integrou as delegações do PS que reuniram com a troika. Em artigos de opinião publicados na imprensa, como em conferências de imprensa no Largo do Rato, tem feito críticas directas ao Governo, culpando-o pelo «desemprego descontrolado», na espiral recessiva e «no empobrecimento» do país.

Este caso é um grão na engrenagem da relação entre PS e Governo, que os socialistas não ignoram. Para mais, envolvendo

ações azedaram.

Eurico Dias tinha entrado para o AICEP em 2007, pelo mão de Basílio Horta. «Fiz um excelente lugar», elogia este último. Foi primeiro administrador da AICEP Global Parques. Depois foi promovido para a AICEP Portugal Global, onde ficou com o pelouro da internacionalização do PME's. «O seu mandato foi interrompido – só acabaria em 2013. E para ser interrompido tem que haver uma causa forte. Não sei qual foi», diz Basílio Horta.

Ao SOL, Eurico Dias explica que a decisão foi comunicada pelo chefe de gabinete de Portas, explicando que o Governo queria mudar toda a direcção. «Se não fosse assim, gostava de ter terminado o mandato, mas não encaro isto com dramatismo», explica.

Questionado pelo SOL, o presidente da AICEP, Paulo Reis, não quis fazer comentários. Da sua equipa foram parte um embaixador, o chefe de gabinete de Portas no Ministério da Defesa, um ex-quadro do IRS e um dirigente do AICEP com 20 anos de casa.

**Heleno Pereira**



Eurico Dias é braço-direito de Seguro

tagem, ocupando as duas ultima colunas das páginas ímpares\* e contendo maioritariamente os seus títulos tipos com letras não serifadas.

20

## Sociedade

# MAIS BURLAS COM CARROS A CRÉDITO

Margarida Davim  
margarida.davim@bpc.pt

Burlas no registo automóvel estão a aumentar. Há mais pessoas a tentar vender carros antes de acabar de pagar o empréstimo. Bancos podem ajudar às conservatórias para detectar fraudes.

Os bancos e as conservatórias estão a criar sistemas para detectar falsificações no registo de automóveis, que permitem travar o número crescente de pessoas que tentam passar para seu nome carros comprados a crédito antes de acabarem de pagar o empréstimo. Nas Lojas do Cidadão, por exemplo, passou a ser prática comum os funcionários ligarem para os bancos para verificar a autenticidade dos documentos apresentados.

Aposar de não revelar números, a Polícia Judiciária (PJ) não esconde que este é um crime que está a preocupar as autoridades. Artur Vaz, coordenador da PJ, explica que o esquema usado é bem conhecido da Polícia: «Alguém compra uma viatura com recurso a crédito, paga três ou quatro prestações e a seguir vai a uma conservatória com um requerimento pedir a anulação da hipoteca ou da reserva de propriedade». Graças à falsificação das assinaturas dos representantes das instituições financeiras, os burlões conseguem passar o automóvel para o seu nome, livre de onus e encargos.

O passo seguinte é vender o car-

ro, acabando por lesar quem o compra de boa fé. Pelo resto, são também vítimas deste esquema, advogados e notários que vem falsificados os reconhecimentos de firma.

Alguns por ser vendidos fora do espaço europeu, sendo quase impossível retornar-lhes o resto. Está há casos em que não é possível sequer identificar os burlões, porque os empréstimos são pedidos recorrendo a documentos de identificação roubados e recibos de vencimento falsos.

«Para evitar isso, os bancos reforçaram os sistemas de controlo e, quando recebem de um stand uma proposta de crédito, já ligam para as pessoas para confirmar os dados e até para as empresas onde supostamente trabalham para comprovar a veracidade do recibo de vencimento», conta o advogado de um banco que tem a seu cargo cerca de 30 processos deste

tipo, mas que até agora contraíram apenas duas condenações.

**23 casos em quatro meses**  
Segundo o IRN (Instituto dos Registos e Notariado), só nos últimos quatro meses «foi possível identificar um cancelamento de hipoteca, nove extinções de reserva de propriedade e 13 transmissões de veículos feitos com base em recibos falsos». Mas o instituto reconhece que poderão existir outros casos ainda não detectados.

António Figueiredo, presidente do IRN, tem estado em contacto com os bancos e as ordens dos Advogados e Notários, e revela que estão em estudo diversas medidas com vista a densificar os elementos de controlo e segurança. A adopção de um documento electrónico com certificado digital, o uso de vinhetas e código de barras ou outros elementos de segurança no documento em papel são algumas das ideias em análise.

Enquanto essas propostas não se concretizam, o IRN «tem difundido informação pelos serviços de registo, alertando para o tipo de casos de falsificação identificados».

O SOL contactou o Ministério da Justiça, para perceber quando poderia entrar em vigor novos sistemas de segurança, mas não obteve resposta.

## Eanes honoris causa

Universidade da Beira Interior vai distinguir o antigo Presidente pelo seu papel na implantação da democracia.

Ramalho Eanes vai ser doutorado honoris causa pela Universidade da Beira Interior, região de onde é natural. A cerimónia terá

lugar a 30 de Abril, e a distinção refere o contributo dado por Eanes na implantação da democracia em Portugal, bem como a intervenção do país entre as nações democráticas. O possivelmente será Eduardo Lourenço.

Recorde-se que Eanes já era doutorado honoris causa pela Universidade Lusitana e pela Universidade de Lisboa.

Entretanto, no dia 25 de Abril, a RTP1 transmite uma grande entrevista com o ex-Presidente da República, conduzida por Fátima Campos Ferreira. Segundo uma fonte próxima do governo, a gravação da entrevista durará três horas das quais serão aproveitados cerca de 30 minutos e passa em revistas as grandes momentos históricos vividos pelo entrevistado.

## CATALINA PESTANA

QUEM NÃO TEM CÃO CAÇA COM GATO

## A barbárie também fala português

As ex-colónias portuguesas tiveram dois grandes líderes mundiais na época das autonomias: Agostinho Neto e Amílcar Cabral.

Não convém esquecer nenhum deles, mas privei com alguém que teve o privilégio de ter nascido guineense, e de o ter sido por chefe.

O Djalo era alto, muito negro, bonito e com voz doce. Cara de bom gigante.

Quando era adolescente, quase menino, procurou na mata o chefe para se alistar como voluntário na guerrilha. Amílcar Cabral respondeu-lhe:

«Esta não é uma guerra qualquer, é uma guerra de libertação. Assim que termine, a Guiné-Bissau vai ser um país, ter paz e lutar pelo seu desenvolvimento. Vai precisar de quadros civis para gerir esse país pelo qual lutamos, e esse será o teu papel e dos teus camaradas. Lutar, para vocês neste tempo que vivemos, é ir para países amigos e prepararem-se para, quando tomarmos o poder, construirmos um país de paz e direitos iguais para todos».

Djalo viveu em nossa casa seis meses, depois do reconhecimento da independência do seu país. Agendamos ao tempo no CF TAC (Centro de Informação e Documentação Amílcar Cabral).

Quando ele e os seus companheiros regressaram à Guiné, ainda fomos lá fazer formação de adultos nas férias da Páscoa. Foi lá que conheci o Paulo Freire, num fim de tarde contido, na varanda quintal de outra militante brasileira do desenvolvimento dos povos que, ao tempo, alguns diziam ser o novo nome da paz.

Por estas e por muitas outras vivências eu gosto muito da Guiné-Bissau. Por estas e por outras coisas, sinto-me traída pelos vários tempos, alguns grandes momentos históricos vividos pelo entrevistado.

Quando ele e os seus companheiros regressaram à Guiné, ainda fomos lá fazer formação de adultos nas férias da Páscoa. Foi lá que conheci o Paulo Freire, num fim de tarde contido, na varanda quintal de outra militante brasileira do desenvolvimento dos povos que, ao tempo, alguns diziam ser o novo nome da paz.

Por estas e por muitas outras vivências eu gosto muito da Guiné-Bissau. Por estas e por outras coisas, sinto-me traída pelos vários tempos, alguns grandes momentos históricos vividos pelo entrevistado.

20 ABRIL 2012



Quem não tem cão caça com gato

A barbárie também fala português

As ex-colónias portuguesas tiveram dois grandes líderes mundiais na época das autonomias: Agostinho Neto e Amílcar Cabral.

Não convém esquecer nenhum deles, mas privei com alguém que teve o privilégio de ter nascido guineense, e de o ter sido por chefe.

O Djalo era alto, muito negro, bonito e com voz doce. Cara de bom gigante.

Quando era adolescente, quase menino, procurou na mata o chefe para se alistar como voluntário na guerrilha. Amílcar Cabral respondeu-lhe:

«Esta não é uma guerra qualquer, é uma guerra de libertação. Assim que termine, a Guiné-Bissau vai ser um país, ter paz e lutar pelo seu desenvolvimento. Vai precisar de quadros civis para gerir esse país pelo qual lutamos, e esse será o teu papel e dos teus camaradas. Lutar, para vocês neste tempo que vivemos, é ir para países amigos e prepararem-se para, quando tomarmos o poder, construirmos um país de paz e direitos iguais para todos».

Djalo viveu em nossa casa seis meses, depois do reconhecimento da independência do seu país. Agendamos ao tempo no CF TAC (Centro de Informação e Documentação Amílcar Cabral).

Quando ele e os seus companheiros regressaram à Guiné, ainda fomos lá fazer formação de adultos nas férias da Páscoa. Foi lá que conheci o Paulo Freire, num fim de tarde contido, na varanda quintal de outra militante brasileira do desenvolvimento dos povos que, ao tempo, alguns diziam ser o novo nome da paz.

Por estas e por muitas outras vivências eu gosto muito da Guiné-Bissau. Por estas e por outras coisas, sinto-me traída pelos vários tempos, alguns grandes momentos históricos vividos pelo entrevistado.

Quando ele e os seus companheiros regressaram à Guiné, ainda fomos lá fazer formação de adultos nas férias da Páscoa. Foi lá que conheci o Paulo Freire, num fim de tarde contido, na varanda quintal de outra militante brasileira do desenvolvimento dos povos que, ao tempo, alguns diziam ser o novo nome da paz.

Por estas e por muitas outras vivências eu gosto muito da Guiné-Bissau. Por estas e por outras coisas, sinto-me traída pelos vários tempos, alguns grandes momentos históricos vividos pelo entrevistado.

20 ABRIL 2012



Quem não tem cão caça com gato

A barbárie também fala português

As ex-colónias portuguesas tiveram dois grandes líderes mundiais na época das autonomias: Agostinho Neto e Amílcar Cabral.

Não convém esquecer nenhum deles, mas privei com alguém que teve o privilégio de ter nascido guineense, e de o ter sido por chefe.

O Djalo era alto, muito negro, bonito e com voz doce. Cara de bom gigante.

Quando era adolescente, quase menino, procurou na mata o chefe para se alistar como voluntário na guerrilha. Amílcar Cabral respondeu-lhe:

«Esta não é uma guerra qualquer, é uma guerra de libertação. Assim que termine, a Guiné-Bissau vai ser um país, ter paz e lutar pelo seu desenvolvimento. Vai precisar de quadros civis para gerir esse país pelo qual lutamos, e esse será o teu papel e dos teus camaradas. Lutar, para vocês neste tempo que vivemos, é ir para países amigos e prepararem-se para, quando tomarmos o poder, construirmos um país de paz e direitos iguais para todos».

Djalo viveu em nossa casa seis meses, depois do reconhecimento da independência do seu país. Agendamos ao tempo no CF TAC (Centro de Informação e Documentação Amílcar Cabral).

Quando ele e os seus companheiros regressaram à Guiné, ainda fomos lá fazer formação de adultos nas férias da Páscoa. Foi lá que conheci o Paulo Freire, num fim de tarde contido, na varanda quintal de outra militante brasileira do desenvolvimento dos povos que, ao tempo, alguns diziam ser o novo nome da paz.

Por estas e por muitas outras vivências eu gosto muito da Guiné-Bissau. Por estas e por outras coisas, sinto-me traída pelos vários tempos, alguns grandes momentos históricos vividos pelo entrevistado.

Quando ele e os seus companheiros regressaram à Guiné, ainda fomos lá fazer formação de adultos nas férias da Páscoa. Foi lá que conheci o Paulo Freire, num fim de tarde contido, na varanda quintal de outra militante brasileira do desenvolvimento dos povos que, ao tempo, alguns diziam ser o novo nome da paz.

Por estas e por muitas outras vivências eu gosto muito da Guiné-Bissau. Por estas e por outras coisas, sinto-me traída pelos vários tempos, alguns grandes momentos históricos vividos pelo entrevistado.

20 ABRIL 2012



Quem não tem cão caça com gato

A barbárie também fala português

As ex-colónias portuguesas tiveram dois grandes líderes mundiais na época das autonomias: Agostinho Neto e Amílcar Cabral.

Não convém esquecer nenhum deles, mas privei com alguém que teve o privilégio de ter nascido guineense, e de o ter sido por chefe.

O Djalo era alto, muito negro, bonito e com voz doce. Cara de bom gigante.

Quando era adolescente, quase menino, procurou na mata o chefe para se alistar como voluntário na guerrilha. Amílcar Cabral respondeu-lhe:

«Esta não é uma guerra qualquer, é uma guerra de libertação. Assim que termine, a Guiné-Bissau vai ser um país, ter paz e lutar pelo seu desenvolvimento. Vai precisar de quadros civis para gerir esse país pelo qual lutamos, e esse será o teu papel e dos teus camaradas. Lutar, para vocês neste tempo que vivemos, é ir para países amigos e prepararem-se para, quando tomarmos o poder, construirmos um país de paz e direitos iguais para todos».

Djalo viveu em nossa casa seis meses, depois do reconhecimento da independência do seu país. Agendamos ao tempo no CF TAC (Centro de Informação e Documentação Amílcar Cabral).

Quando ele e os seus companheiros regressaram à Guiné, ainda fomos lá fazer formação de adultos nas férias da Páscoa. Foi lá que conheci o Paulo Freire, num fim de tarde contido, na varanda quintal de outra militante brasileira do desenvolvimento dos povos que, ao tempo, alguns diziam ser o novo nome da paz.

Por estas e por muitas outras vivências eu gosto muito da Guiné-Bissau. Por estas e por outras coisas, sinto-me traída pelos vários tempos, alguns grandes momentos históricos vividos pelo entrevistado.

Quando ele e os seus companheiros regressaram à Guiné, ainda fomos lá fazer formação de adultos nas férias da Páscoa. Foi lá que conheci o Paulo Freire, num fim de tarde contido, na varanda quintal de outra militante brasileira do desenvolvimento dos povos que, ao tempo, alguns diziam ser o novo nome da paz.

Por estas e por muitas outras vivências eu gosto muito da Guiné-Bissau. Por estas e por outras coisas, sinto-me traída pelos vários tempos, alguns grandes momentos históricos vividos pelo entrevistado.

20 ABRIL 2012



Quem não tem cão caça com gato

A barbárie também fala português

As ex-colónias portuguesas tiveram dois grandes líderes mundiais na época das autonomias: Agostinho Neto e Amílcar Cabral.

Não convém esquecer nenhum deles, mas privei com alguém que teve o privilégio de ter nascido guineense, e de o ter sido por chefe.

O Djalo era alto, muito negro, bonito e com voz doce. Cara de bom gigante.

Quando era adolescente, quase menino, procurou na mata o chefe para se alistar como voluntário na guerrilha. Amílcar Cabral respondeu-lhe:

«Esta não é uma guerra qualquer, é uma guerra de libertação. Assim que termine, a Guiné-Bissau vai ser um país, ter paz e lutar pelo seu desenvolvimento. Vai precisar de quadros civis para gerir esse país pelo qual lutamos, e esse será o teu papel e dos teus camaradas. Lutar, para vocês neste tempo que vivemos, é ir para países amigos e prepararem-se para, quando tomarmos o poder, construirmos um país de paz e direitos iguais para todos».

Djalo viveu em nossa casa seis meses, depois do reconhecimento da independência do seu país. Agendamos ao tempo no CF TAC (Centro de Informação e Documentação Amílcar Cabral).

Quando ele e os seus companheiros regressaram à Guiné, ainda fomos lá fazer formação de adultos nas férias da Páscoa. Foi lá que conheci o Paulo Freire, num fim de tarde contido, na varanda quintal de outra militante brasileira do desenvolvimento dos povos que, ao tempo, alguns diziam ser o novo nome da paz.

Por estas e por muitas outras vivências eu gosto muito da Guiné-Bissau. Por estas e por outras coisas, sinto-me traída pelos vários tempos, alguns grandes momentos históricos vividos pelo entrevistado.

Quando ele e os seus companheiros regressaram à Guiné, ainda fomos lá fazer formação de adultos nas férias da Páscoa. Foi lá que conheci o Paulo Freire, num fim de tarde contido, na varanda quintal de outra militante brasileira do desenvolvimento dos povos que, ao tempo, alguns diziam ser o novo nome da paz.

Por estas e por muitas outras vivências eu gosto muito da Guiné-Bissau. Por estas e por outras coisas, sinto-me traída pelos vários tempos, alguns grandes momentos históricos vividos pelo entrevistado.

20 ABRIL 2012



Quem não tem cão caça com gato

A barbárie também fala português

As ex-colónias portuguesas tiveram dois grandes líderes mundiais na época das autonomias: Agostinho Neto e Amílcar Cabral.

Não convém esquecer nenhum deles, mas privei com alguém que teve o privilégio de ter nascido guineense, e de o ter sido por chefe.

O Djalo era alto, muito negro, bonito e com voz doce. Cara de bom gigante.

Quando era adolescente, quase menino, procurou na mata o chefe para se alistar como voluntário na guerrilha. Amílcar Cabral respondeu-lhe:

«Esta não é uma guerra qualquer, é uma guerra de libertação. Assim que termine, a Guiné-Bissau vai ser um país, ter paz e lutar pelo seu desenvolvimento. Vai precisar de quadros civis para gerir esse país pelo qual lutamos, e esse será o teu papel e dos teus camaradas. Lutar, para vocês neste tempo que vivemos, é ir para países amigos e prepararem-se para, quando tomarmos o poder, construirmos um país de paz e direitos iguais para todos».

Djalo viveu em nossa casa seis meses, depois do reconhecimento da independência do seu país. Agendamos ao tempo no CF TAC (Centro de Informação e Documentação Amílcar Cabral).

Quando ele e os seus companheiros regressaram à Guiné, ainda fomos lá fazer formação de adultos nas férias da Páscoa. Foi lá que conheci o Paulo Freire, num fim de tarde contido, na varanda quintal de outra militante brasileira do desenvolvimento dos povos que, ao tempo, alguns diziam ser o novo nome da paz.

Por estas e por muitas outras vivências eu gosto muito da Guiné-Bissau. Por estas e por outras coisas, sinto-me traída pelos vários tempos, alguns grandes momentos históricos vividos pelo entrevistado.

Quando ele e os seus companheiros regressaram à Guiné, ainda fomos lá fazer formação de adultos nas férias da Páscoa. Foi lá que conheci o Paulo Freire, num fim de tarde contido, na varanda quintal de outra militante brasileira do desenvolvimento dos povos que, ao tempo, alguns diziam ser o novo nome da paz.

Por estas e por muitas outras vivências eu gosto muito da Guiné-Bissau. Por estas e por outras coisas, sinto-me traída pelos vários tempos, alguns grandes momentos históricos vividos pelo entrevistado.

20 ABRIL 2012



Quem não tem cão caça com gato

A barbárie também fala português

As ex-colónias portuguesas tiveram dois grandes líderes mundiais na época das autonomias: Agostinho Neto e Amílcar Cabral.

Não convém esquecer nenhum deles, mas privei com alguém que teve o privilégio de ter nascido guineense, e de o ter sido por chefe.

O Djalo era alto, muito negro, bonito e com voz doce. Cara de bom gigante.

Quando era adolescente, quase menino, procurou na mata o chefe para se alistar como voluntário na guerrilha. Amílcar Cabral respondeu-lhe:

«Esta não é uma guerra qualquer, é uma guerra de libertação. Assim que termine, a Guiné-Bissau vai ser um país, ter paz e lutar pelo seu desenvolvimento. Vai precisar de quadros civis para gerir esse país pelo qual lutamos, e esse será o teu papel e dos teus camaradas. Lutar, para vocês neste tempo que vivemos, é ir para países amigos e prepararem-se para, quando tomarmos o poder, construirmos um país de paz e direitos iguais para todos».

Djalo viveu em nossa casa seis meses, depois do reconhecimento da independência do seu país. Agendamos ao tempo no CF TAC (Centro de Informação e Documentação Amílcar Cabral).

Quando ele e os seus companheiros regressaram à Guiné, ainda fomos lá fazer formação de adultos nas férias da Páscoa. Foi lá que conheci o Paulo Freire, num fim de tarde contido, na varanda quintal de outra militante brasileira do desenvolvimento dos povos que, ao tempo, alguns diziam ser o novo nome da paz.

Por estas e por muitas outras vivências eu gosto muito da Guiné-Bissau. Por estas e por outras coisas, sinto-me traída pelos vários tempos, alguns grandes momentos históricos vividos pelo entrevistado.

Quando ele e os seus companheiros regressaram à Guiné, ainda fomos lá fazer formação de adultos nas férias da Páscoa. Foi lá que conheci o Paulo Freire, num fim de tarde contido, na varanda quintal de outra militante brasileira do desenvolvimento dos povos que, ao tempo, alguns diziam ser o novo nome da paz.

Por estas e por muitas outras vivências eu gosto muito da Guiné-Bissau. Por estas e por outras coisas, sinto-me traída pelos vários tempos, alguns grandes momentos históricos vividos pelo entrevistado.

20 ABRIL 2012



Quem não tem cão caça com gato

A barbárie também fala português

As ex-colónias portuguesas tiveram dois grandes líderes mundiais na época das autonomias: Agostinho Neto e Amílcar Cabral.

Não convém esquecer nenhum deles, mas privei com alguém que teve o privilégio de ter nascido guineense, e de o ter sido por chefe.

O Djalo era alto, muito negro, bonito e com voz doce. Cara de bom gigante.

Quando era adolescente, quase menino, procurou na mata o chefe para se alistar como voluntário na guerrilha. Amílcar Cabral respondeu-lhe:

«Esta não é uma guerra qualquer, é uma guerra de libertação. Assim que termine, a Guiné-Bissau vai ser um país, ter paz e lutar pelo seu desenvolvimento. Vai precisar de quadros civis para gerir esse país pelo qual lutamos, e esse será o teu papel e dos teus camaradas. Lutar, para vocês neste tempo que vivemos, é ir para países amigos e prepararem-se para, quando tomarmos o poder, construirmos um país de paz e direitos iguais para todos».

Djalo viveu em nossa casa seis meses, depois do reconhecimento da independência do seu país. Agendamos ao tempo no CF TAC (Centro de Informação e Documentação Amílcar Cabral).

Quando ele e os seus companheiros regressaram à Guiné, ainda fomos lá fazer formação de adultos nas férias da Páscoa. Foi lá que conheci o Paulo Freire, num fim de tarde contido, na varanda quintal de outra militante brasileira do desenvolvimento dos povos que, ao tempo, alguns diziam ser o novo nome da paz.

Por estas e por muitas outras vivências eu gosto muito da Guiné-Bissau. Por estas e por outras coisas, sinto-me traída pelos vários tempos, alguns grandes momentos históricos vividos pelo entrevistado.

Quando ele e os seus companheiros regressaram à Guiné, ainda fomos lá fazer formação de adultos nas férias da Páscoa. Foi lá que conheci o Paulo Freire, num fim de tarde contido, na varanda quintal de outra militante brasileira do desenvolvimento dos povos que, ao tempo, alguns diziam ser o novo nome da paz.

Por estas e por muitas outras vivências eu gosto muito da Guiné-Bissau. Por estas e por outras coisas, sinto-me traída pelos vários tempos, alguns grandes momentos históricos vividos pelo entrevistado.

20 ABRIL 2012



Quem não tem cão caça com gato

A barbárie também fala português

As ex-colónias portuguesas tiveram dois grandes líderes mundiais na época das autonomias: Agostinho Neto e Amílcar Cabral.

Não convém esquecer nenhum deles, mas privei com alguém que teve o privilégio de ter nascido guineense, e de o ter sido por chefe.

O Djalo era alto, muito negro, bonito e com voz doce. Cara de bom gigante.

No Sol digital os temas escolhidos são das edições semanais do Sol, com uma paginação otimizada para *IPad* e uma experiência de leitura rápida e intuitiva, muito fácil de usar. Aqui é disponibilizado vídeos, fotogalerias e infografias que complementam a informação, apresentadas de modo a aproveitar todas as potencialidades deste *Tablet*. Este formato não coloca todas as notícias localizadas no formato impresso de Portugal, insere sim algumas notícias de Portugal, complementando-as com notícias relatadas nas versões do jornal Sol para Angola e Moçambique, havendo assim uma ligação de temas dos vários países num mesmo suporte.

Este formato tem uma série de adaptações para as diferentes formas de leitura no *Tablet*, se o colocarmos na vertical é possível ver a página quase na totalidade, já no caso de o colocarmos na horizontal, passamos a ter uma visualização de meia página, estando o restante conteúdo, depois de se arrastar com o dedo sobre o ecrã na vertical.

Img. 273

•Digital• Exemplos da primeira página do formato tablet na posição vertical e horizontal.



Esta questão leva a ser pensada a inserção das informações complementares, de forma diferente, estando por exemplo a referência e o próprio índice no “segundo slide” no *Tablet* na horizontal, o que não se



verifica com ele na vertical, no qual a referência ao índice é visível na capa, mas o seu desenvolvimento aparece numa página seguinte, juntamente com outros elementos informativos (“Aceder ao Sol em papel”, “Como funciona o Sol Digital” e a ficha técnica). Estes elementos informativos no *Tablet* na horizontal, são identificados na página seguinte à capa, com exceção do conteúdo “Aceder ao Sol em papel” que se encontra no índice. O próprio conteúdo do índice nas várias posições do *Tablet*, é diferente, estando no *Ipad* na horizontal referências às secções que dividem os conteúdos informativos assim como um apontamento dos diferentes textos de “Opinião”. No caso de o colocarmos na vertical o índice só contém as diferentes secções das páginas.

Imagem 274.

•Digital• Exemplos da página do índice nas diferentes posições do tablet.



Este formato divide as suas notícias por oito secções, denominadas de “Portugal, Angola, Moçambique, Mundo, Economia, Magazine, Cultura, Desporto”. Estas secções possuem três grelhas de paginação “base” aplicadas de igual modo entre conteúdos, não deixando de não haver exceções em certas notícias e certas secções. Todo o conteúdo continua a adaptar-se à posição do *Tablet*, mantendo contudo o miolo informativo. O primeiro esquema gráfico abrange em geral as reportagens e opta por inserir uma imagem que ocupa grande parte da zona superior do ecrã ou até mesmo todo o ecrã, é acompanhado pelo seu título bem expressivo, passando de seguida a ter um espaço para o texto, com *scroll* para disponibilizar todo o conteúdo. Ao lado do texto existe um espaço utilizado para um destaque ou apontamento extra informativo, composto por vezes por uma imagem ou um slide de imagens e um botão (Img. 275) que abre uma zona só com um texto referente a esse apontamento informativo.



Img. 275

•Digital• Botão interativo.

Img. 276  
•Digital• Exemplo da página de uma reportagem.



O segundo esquema é semelhante em todas as secções, disponibiliza os textos de “Opinião” e “Crónicas”, no qual se verifica uma divisão da página em duas partes, separadas até por um filete vertical, contendo de um lado a fotografia do autor do texto e do outro lado esse mesmo texto, inserido numa “caixa” com *scroll*. Todas estas páginas adaptam um pouco o seu conteúdo, inserindo elementos (textos, imagens) ao espaço disponível, aplicando por vezes, interatividade e dinamismo aos mesmos.

Img. 277  
•Digital• Exemplo da página do texto de opinião no formato digital.



Por fim temos a última grelha (“MAIS SOL”), que opta por conter apontamentos mais resumidos de determinadas notícias selecionadas dos formatos impressos, sendo agrupadas numa mesma página e compostas pelo título, imagem ou vídeo, texto de entrada e uma pequena legenda que informa o leitor onde pode encontrar a notícia na totalidade nos

diferentes cadernos, disponíveis em formato tipo pdf que acompanha o formato digital quando é comprado.



Img. 278

•Digital• Exemplo da página “MAIS NO SOL”.

A transição de uma mesma notícia de um formato para outro é diferente, optando logo em primeiro lugar, neste exemplo, por uma cor na secção, destaques e títulos, bem diferente (do azul para o laranja).O nome da secção é diferente passando de “Foco” para “Portugal” assim como o tipo de letra selecionado. De seguida é visível aplicarem o mesmo conteúdo, mas em espaços diferentes, isto é, no formato impresso, a notícia é dividida por colunas de texto, enquanto o formato digital concentra todo o texto numa única coluna. As capitulares também se diferenciam entre formatos, assim como, os títulos têm pesos diferentes, estando no formato impresso em caixa-alta enquanto o outro formato não o aplica. As escolhas tipográficas são uma correspondência entre formatos aplicando no miolo, alguns títulos e entradas, tipos de letras serifados, assim

Img. 279

•Impresso e Digital• Comparação da mesma notícia no formato impresso com o formato digital.





como, uma mistura dos dois tipos de letra em alguns títulos. Os tipos de letras não serifados são aplicados em destaques e pequenas palavras/frases por entre a reportagem.

Nos textos de “Opinião” verifica-se uma adaptação dos diferentes conteúdos às páginas de reportagens relacionadas, havendo no formato impresso, ao longo do jornal vários textos e por vezes do mesmo autor. Essa questão não se verifica no formato digital, no qual optam, sempre que possível juntar os diferentes textos do mesmo autor, na mesma página dedicada às opiniões desse Autor. Isso verifica-se também nos cartoons, que passam neste formato a estar agrupados numa mesma página.

Img. 280

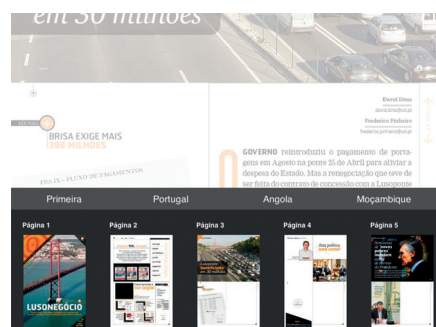
•Digital• Junção dos vários conteúdos do mesmo autor numa única página.



Este formato possui uma barra de menu interativa na zona inferior do ecrã, dando a possibilidade ao leitor de seleccionar uma secção a que pretenda ter acesso, assim como, visualizar de um modo geral página a página.

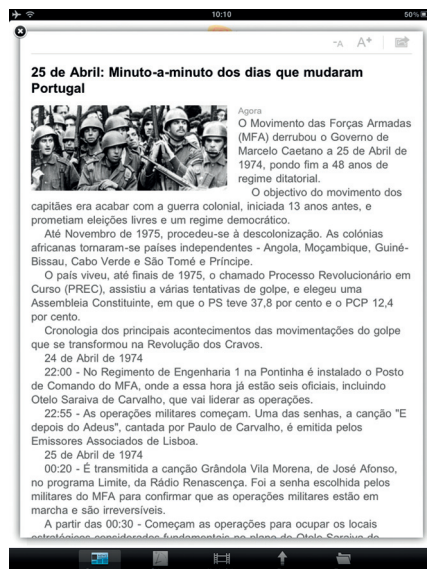
Img. 281

•Digital• Exemplo da barra de menu interativa.



O formato Online, para os diferentes suportes, opta por um grafismo simples e contínuo, no que diz respeito aos diferentes botões do menu, assim como, às diferentes secções. Temos um menu na barra inferior que contém cinco botões (“Destaques, Últimas, Multimédia, Top, Temas”) que

agrupam e dividem os conteúdos, de forma a permitir ao leitor encontrar as notícias que pretende de uma forma mais intuitiva. Graficamente são todos muito idênticos, contendo nas primeiras páginas uma série de destaques que ao clicarmos sobre eles teremos acesso a uma janela (pop-up) com o conteúdo referente a esse destaque.



Img. 282

•Online• Exemplo da janela (pop-up) com o conteúdo da reportagem.

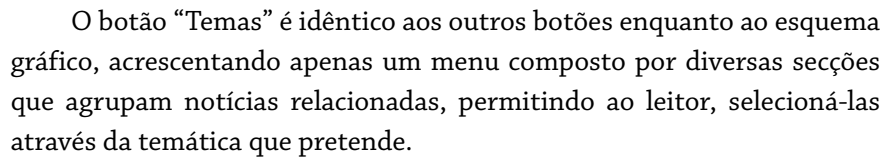


Img. 283

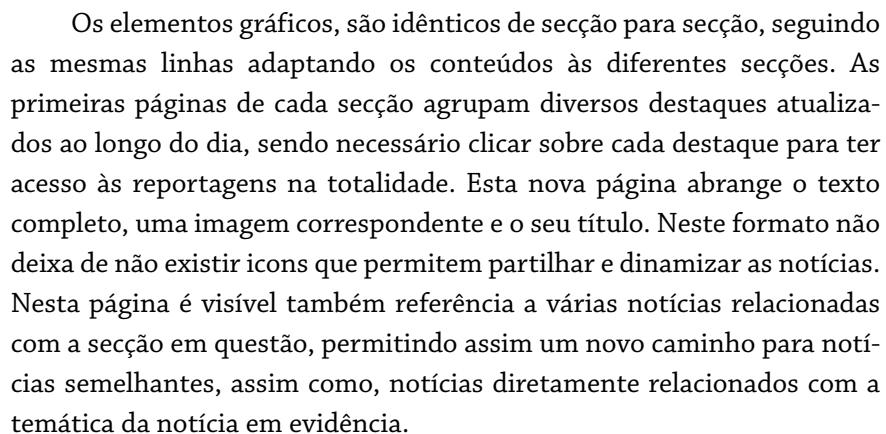
•Online• Exemplo da grelha de paginação.

Essa janela disponibiliza o texto alinhado à esquerda, com o título e uma referência a um apontamento do dia e data da edição da notícia. O botão “Multimédia” difere enquanto à apresentação dos conteúdos, disponibilizando grande para do ecrã para o vídeo a ser visto e logo depois organiza uma lista com mais vídeos à disposição do leitor.

•*Online*• Exemplo da página da secção “Vídeo” no formato online.



• *Web* • Exemplo da primeira página e respectiva reportagem.



## Capítulo III

### Conclusão

O design no jornal vem criar neste meio de comunicação uma relação entre texto e imagem, assim como criar uma identidade que irá tentar fidelizar a atenção dos leitores. Todas as características gráficas de um jornal, irão influenciar a sua aquisição no cliente final, sendo necessário cativa-lo em primeiro pelo que vê e depois pelo que lê.

Este conceito é fundamentado nesta análise, no qual se verifica uma preocupação visual aplicada em todos os formatos de cada jornal. A seleção efetuada nos vários jornais do país, foi feita com o intuito de encontrar um leque variado de diferentes elementos, por entre os diversos formatos e momentos de edição.

Após esta análise, é possível dividir a transição do formato impresso para o digital em duas partes. Numa das partes temos os jornais, Expresso e Sol, nos quais é visível uma tentativa de recriação do formato impresso para o formato tablet. No entanto, esta recriação adapta-se às novas capacidades que o formato tablet proporciona, sendo elas, animações sobre textos, galerias interativas, vídeos e conteúdos multimédia, assim como, possibilita aos leitores, várias novas atividades que permitem dinamizar o texto para uma melhor leitura (aumentá-lo e diminuí-lo), partilhar notícias nas também recentes redes sociais. Ainda neste mesmo grupo de jornais, podemos encontrar um conjunto que utilizam os mesmos formatos dos jornais referidos anteriormente, com a diferença de não levar tão detalhadamente a transição do formato impresso para o tablet, aproximando-se mais do formato web, nas suas características formais e pela sua constante atualização informativa. Estas características correspondem aos jornais o Público, o Diário de Notícias e o Jornal de Notícias.

A outra parte que agrupa os restantes jornais analisados, como é o caso do jornal I, Destak e A Bola, opta apenas pelo formato impresso e sua adaptação ao formato web. Este grupo define-se como autónomo, pelo fato de terem objetivos e interesses diferentes dos de mais.

O formato impresso define-se por uma característica ímpar, ou seja, depois de sair para as bancas de jornais, não sofrem mais atualizações informativas (excetuando em casos pertinentes). Seguem os mesmos grafismos dos jornais típicos, sofrendo alguns ajustes consoante as características de cada redação.

O formato que surgiu de uma forma geral, a seguir ao impresso, foi o formato web. O seu conceito diferencia-se do impresso, pelas suas características interativas, pela forma como expõe a informação e pelo modo como as mesmas são apresentadas. Tem um objetivo diferente, pretendendo divulgar em forma de síntese as notícias da atualidade. Contudo, por vezes é visível a referência a elementos e características marcantes do formato impresso, como por exemplo as cores e o logótipo. Por ser uma ferramenta digital permite conter galerias de vídeos e imagens, assim como slides informativos pela sua capacidade de armazenamento.



O formato tablet enquadra-se nas recentes atualizações tecnológicas, que vieram revolucionar a era editorial. Tem como principal objetivo, proporcionar ao leitor uma dinâmica e interativa leitura do conteúdo informativo, através dos vários movimentos verticais e horizontais que o leitor exerce sobre o ecrã. Este recente formato trouxe uma nova definição ao design editorial, exigindo a adaptação do conteúdo impresso a uma nova realidade. Pela sua capacidade de armazenamento é possível aplicar um grande conjunto de conteúdos, sendo exemplo disso, as imagens, os vídeos e as reportagens que surgem na página e adaptam-se através de novos elementos interativos (scroll, slides). As cores e as preocupações de qualidade são cuidadas, visto estarmos perante um suporte com bastante resolução do seu ecrã.

Para esta nova geração de telemóveis, foi concebido uma adaptação do conteúdo do formato impresso, facultando a informação de uma forma mais simples, atualizada no decorrer do dia, assemelhando-se ao formato web. Pelo fato de dispor uma barra de menu onde contém as secções de informação.

Após esta análise, julga-se que a criação dos formatos digitais vieram para focar a atenção do público mais moderno e atual, que vive em torno da nova era digital. Estes avanços fazem com que os leitores sejam mais exigentes quanto à dinâmica dos conteúdos, permitindo uma pluralidade de serviços. Já no formato impresso verifica-se um público mais tradicional, que valoriza o papel acima do interativo que o outro formato oferece.

Este novo suporte traz uma novidade fundamental em relação aos demais suportes digitais que é conseguir-se distanciar de uma padronização. Não existem grandes diferenças formais entre as várias publicações portuguesas em versão web e em versão mobile. Pela primeira vez em edição digital tem-se um grande controlo do design e da paginação. Simplificando, dir-se-ia que enquanto os formatos Web e mobile são derivados mais do trabalho de engenharia informática (tendendo para uma certa similaridade ou padronização), os formatos impressos e tablet derivam mais do trabalho dos designers editoriais e paginadores e em que cada página é pensada e desenhada (ao contrário dos primeiros cujas páginas derivam do acerto automático entre a estrutura informática pré-programada e o conteúdo colocado pelos editores na base de dados)

Os resultados obtidos neste estudo poderão servir como base para a realização de futuras investigações na área digital dos meios de comunicação. Um exemplo desse estudo poderá passar pela análise comparativa de jornais e revistas nos diferentes formatos. Num outro caso poderá ser feita a mesma análise comparativa tendo como objetivo referir não só os meios de comunicação portugueses como os internacionais, havendo uma possível confrontação de conteúdos.

Estas tecnologias estão em crescente atualização e desenvolvimento, visando colmatar as necessidades do Homem.

# Referências Bibliográficas

## **Livros:**

- Ambrose, G. & Harris, P. (2005). *Basic Design: Format* (volume 1). New York: AVA Publishing SA.
- Ambrose, G. & Harris, P. (2008). *Basic Design: Grid* (volume 1). New York: AVA Publishing SA.
- Gürtler, André. (2005). *Historia del periódico y su evolución Tipográfica*. Espanha: Campgràfic Editors, SL.
- Ruiz, Jesús Zorrilla. (1997). *Introducción al Diseño Periodístico*. Universidad de Navarra, S.A. (EUNSA). 2ª edição
- Zappaterra, Yolanda. (2008). *Diseño Editorial - Periódicos e revistas*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, SL.

## **Referência a artigo publicado em Livros de Actas de congressos ou Proceedings:**

- Porter, Mark. (2010). *Porque necessitam as editoras, agora mais do que nunca, do design?*. CIDAG 2010 – Conferência Internacional de Design e Artes Gráficas, Lisboa, 2010. ISEC/IPT, Lisboa/Tomar. pp. 84 a 86.

# Glossário

**Alinhamento** – Em gráficas significa dispor o texto e outros elementos gráficos (números, imagens, entre outros) em linha recta. O alinhamento pode ser feito à direita, à esquerda, justificado ou centrado.

**Bold** – O mesmo que negrito, em português. Palavra de origem inglesa bastante utilizada para referir a variação mais espessa ou grossa de um tipo de letra, é uma das variações usuais que podemos encontrar numa família de fontes.

**Cabeçalho** – Informação colocada na parte superior de um livro ou periódico e que pode ser o título do artigo, o capítulo, etc. Encontra-se separado do texto da folha e aparece impresso em todas as páginas da obra impressa.<sup>164</sup>

**Caixa-alta** – Nome pelo qual os tipógrafos designam as maiúsculas. A sua origem provém do facto de, nas caixas de tipo para composição, as letras maiúsculas se situarem nas divisões da parte superior desta.

**Capitular** – Letra decorada (ou decorativa), na maioria dos casos uma maiúscula, que se encontra colocada no início de um capítulo ou parágrafo, para anunciar o começo do texto. Uma inicial pode ter a altura de várias linhas de texto, sendo o seu corpo substancialmente maior do que o do texto corrido, sobressaindo ou embutindo-se nas linhas, de acordo com o alinhamento.

**Coluna** – Divisão vertical da mancha de texto. Cada uma das duas ou mais secções verticais da composição gráfica são separadas por uma goteira, que designa o espaço branco entre as colunas.

**Corpo** – Tamanho do carácter tipográfico medido em pontos que inclui o espaço natural para evitar a sobreposição de linhas de texto, sendo que 1 ponto equivale a 0,35 milímetros. Dimensão pela qual se mede e especifica o corpo.

**E-paper** – Formato digital apicado no meios de comunicação.

**Espaço branco** – São áreas em branco na página que não apresentam textos ou imagens. O espaço branco tem grande importância na composição da página podendo influenciar directamente em aspectos como a legibilidade e compreensão da relação entre texto e imagem.

**Ficha técnica** – Informação que refere o título do livro, autor, designer, ilustrador/fotógrafo, coordenador da edição, gráfica, data da edição, ISBN, Depósito Legal, número de exemplares da edição, número da edição, etc.

**Filete** – Em artes gráficas e tipografia é o sinónimo de linha ou de adorno mais ou menos linear, que não seja demasiado grosso. Pode ser liso, ponteadado ou picotado dependendo da sua aplicação.

**Fonte** – Nome dado ao conjunto de letras de um corpo com o mesmo peso, estilo e tamanho.

**Formato** - Conjunto das dimensões características de qualquer obra.

**Grelha (*grid*)** – Estrutura reticular invisível que tem como objetivo organizar a mancha de uma publicação ou de qualquer espaço que contenha conteúdos escritos e/ou iconográficos.

**Ícone** – é um pequeno símbolo gráfico, usado geralmente para representar um software ou um atalho para um arquivo específico, aplicação (software) ou diretório (pasta).

**Impresso** – Reprodução de grafismos ou elementos textuais sobre papel ou qualquer outro suporte feito por meio de chapas de impressão.

***Italic* (ou *itálico*)** – Variação de um fonte em que a letra se encontra representada com uma inclinação para a direita, desenhado originalmente no século XV por Aldus Manutius.

**Justificação** – Processo de ajuste tipográfico das margens ou de ambos os lados de um texto, para acertar o comprimento das linhas deste, tornando-as idênticas.

**Legenda** - Texto que descreve uma imagem.

**Logótipo** – Conjunto de letras especiais que caracterizam uma marca comercial. Quando acompanhado por um símbolo identificador, é denominado de imagem gráfica.

**Marketing** - processo usado para determinar que produtos ou serviços poderão interessar aos consumidores, assim como a estratégia que se irá utilizar nas vendas, comunicações e no desenvolvimento do negócio.

**Margem** – Área que rodeia toda a composição gráfica; pode ser superior, inferior, lateral exterior ou lateral inferior.

**Miolo** – Designação dada ao interior de uma publicação impressa, em oposição à capa.

**Página** – Cada um dos dois lados de uma folha de papel, de pergaminho, etc., destinada a receber texto e/ou desenho.

**Página ímpar** – Página que contém o número ímpar; é por norma a página da direita.

**Paginação** – Distribuição do texto e das imagens pelas páginas de acordo com as especificações do projecto gráfico aprovado previamente.

**Separador** – São páginas simples ou duplas, que funcionam como início de artigo ou capítulo num livro, catálogo ou outra publicação do género.

**Serifa** – Pequeno traço ou linha grossa que remata as extremidades das letras.

**Texto corrido** – Texto composto em colunas regulares com nenhuma ou poucas variações tipográficas.

**Tipografia** – é a arte e o processo de criação na composição de um texto, física ou digitalmente

## Anexos

Entrevista à Designer Mónica Damas, colaboradora da criação gráfica do formato digital (Ipad), do jornal Expresso, estando presente desde a primeira edição.

**Carla Leite:** Visto ter estado presente no nascimento do formato Tablet, o que identifica como pontos de referência neste novo formato?

**Designer Mónica Damas:** São vários os pontos de referência deste novo formato. Diria que o principal volta-se sobretudo para a questão da interatividade. O facto do leitor poder ter acesso a novos conteúdos – vídeos, fotogalerias, áudios e infografias animadas - que nunca poderiam estar presentes na edição em papel é algo de relevante. É uma mais valia para o leitor poder ler uma notícia e, no mesmo documento, encontrar um vídeo relacionado com a mesma. Os conteúdos jornalísticos ganham assim outro tipo de valor.

A nível gráfico o jornal/revista ganha outro tipo de dimensão com as novas soluções. As fotografias ganham mais vida, a informação é apresentada de uma forma mais interativa (botões, scrolls, etc. ...) e, visto que o espaço é quase ilimitado, não há preocupação com o fato da informação caber toda ou não numa só página.

Por fim, outro dos pontos a que dou destaque é o fato do leitor poder comprar e ler o seu jornal quando e onde lhe apetecer, assim como guardar e procurar edições antigas sem grandes preocupações.

**C. L.:** Quais foram as principais diferenças que identificaram na transição do formato impresso para o Tablet?

**Designer M. D.:** A principal diferença na transição a nível gráfico do jornal em papel para o jornal em formato tablet prende-se sobretudo no modo de leitura. Houve uma grande preocupação da nossa parte em analisar o jornal do ponto de vista do leitor e por isso foram feitos muitos testes até chegar à edição atual. Tivemos especial atenção para a forma como o leitor/utilizador manuseia o seu tablet e a partir daí foi desenvolvido todo o processo de criação.

O Primeiro caderno e o jornal de Economia baseiam-se muito no que é a edição em papel procurando seguir as mesmas linhas para não fugir muito à identidade do jornal. É claro que o mesmo já não acontece no que diz respeito à Revista e ao Atual, onde podemos arrojarmos um pouco mais e pensar em fazer coisas completamente diferentes em relação ao que vemos na edição em papel.

**C. L.:** O que significa para o Jornal Expresso esta transição?



**Designer M. D.:** Significa inovação e vontade de estar presente no futuro no que diz respeito às novas tecnologias. Significa também quebrar com o conceito do tradicional jornal em papel e avançar para um novo “nível”.

**C. L.:** Qual a tiragem atual da edição impressa e da edição Tablet? E como tem evoluído?

**Designer M. D.:** Penso que a tiragem atual da edição impressa ronda atualmente os 130. 000 exemplares. No entanto não tenho conhecimento no que diz respeito ao número de vendas. Em relação à edição tablet, o número de vendas ronda atualmente os 7 000 exemplares. Este número é bastante positivo e tem vindo a crescer todos os meses. Verificamos que existiu uma grande adaptação por parte dos leitores do Expresso (impresso) às novas tecnologias e não só, este formato trouxe consigo novos leitores.

**C. L.:** Qual foi a maior dificuldade que sentiram para conceber este novo formato?

**Designer M. D.:** A adaptação daquilo que é o jornal com características bastante tradicionais para um formato novo, com características e funcionalidades muito diferentes.

**C. L.:** Após um ano do primeiro lançamento do formato Tablet, qual é o feedback que receberam dos leitores?

**Designer M. D.:** O feedback em geral tem sido bastante positivo. Os leitores gostam do facto de poderem ter o jornal disponível para ler sempre que quiserem e onde quiserem. É claro que existem também algumas críticas, na maioria construtivas, mas faz parte de um trabalho que ainda é muito recente e que continua em constante desenvolvimento.

